

Online- oder Telefonbefragung bei Mixed-Mode-Designs? Ein Feldexperiment zur elterlichen Gymnasialwahl

Eulenberger, Jörg; Sackmann, Reinhold

Veröffentlichungsversion / Published Version
Forschungsbericht / research report

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
SSG Sozialwissenschaften, USB Köln

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Eulenberger, J., & Sackmann, R. (2013). *Online- oder Telefonbefragung bei Mixed-Mode-Designs? Ein Feldexperiment zur elterlichen Gymnasialwahl*. (Der Hallesche Graureiher : Forschungsberichte des Instituts für Soziologie, 2013-1). Halle: Universität Halle-Wittenberg, Philosophische Fakultät I Sozialwissenschaften und historische Kulturwissenschaften, Institut für Soziologie. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-411003>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Online- oder Telefonbefragung bei Mixed-Mode-Designs?

Ein Feldexperiment zur elterlichen Gymnasialwahl

Jörg Eulenberger, Reinhold Sackmann,

Der Hallesche Graureiher 2013 - 1

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Forschungsberichte des Instituts für Soziologie

Adam-Kuckhoff-Str. 39/41
D-06108 Halle (Saale)
Postanschrift: 06099 Halle (Saale)

Telefon: 0345 /5524 251
Telefax: 0345 /5527 150

E-Mail: institut@soziologie.uni-halle.de

Druck: Druckerei der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

ISSN 0945-7011

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	II
1 Einleitung	3
2 Forschungsstand	4
2.1 Coverage	4
2.2 Rücklaufquoten	6
2.2.1 Rücklaufquoten nach Erhebungsart	6
2.2.2 Rücklaufquoten bei Mixed-Mode-Untersuchungen	8
2.3 Item-Nonresponse und Antwortverhalten	9
2.4 Zwischenfazit	10
3 Die Erhebung "Elterliche Gymnasialwahl 2012"	13
3.1 Forschungsgegenstand und Zielpopulation	13
3.2 Stichprobenziehung	14
3.3 Ergebnisse	16
3.3.1 Rücklauf	16
3.3.2 Coverage	19
3.3.3 Item-Nonresponse	21
3.3.4 Antwortverhalten	28
4 Schlussbetrachtung	31
Literaturverzeichnis	33
Anhang	

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Rücklaufquoten	18
Abbildung 2: Verteilung maximale Itemanzahl nach Erhebungsmodus.....	22
Abbildung 3: Verteilung der Item-Nonresponseanteile in der Gesamtstichprobe	23
Abbildung 4: Verteilung Item-Nonresponse in %	24

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rücklaufquoten der Experimentalgruppen.....	16
Tabelle 2: Mittelwertvergleich Geburtskohorte nach Erhebungsmodus	19
Tabelle 3: Mittelwertvergleich HISEI nach Erhebungsmodus.....	20
Tabelle 4: Zusammensetzung der Mixed-Mode-Design	20
Tabelle 5: Mittelwertvergleich HISEI nach Mixed-Mode-Design.....	21
Tabelle 6: Vergleich Anteil Item-Nonresponse nach Erhebungsmodus	23
Tabelle 7: Einfluss des Erhebungsmodus und des Mixed-Mode-Designs auf Item- Nonresponse (marginale Effekte)	25
Tabelle 8: Vergleich Anteil Item-Nonresponse nach Mixed-Mode-Design	26
Tabelle 9: Item-Nonresponse bei offenen Fragen nach Erhebungsmodus.....	27
Tabelle 10: Mittelwertdifferenzen und Effektstärken im Antwortverhalten zwischen den Erhebungsmodi.....	30

1 Einleitung

In der empirischen Umfrageforschung lässt sich eine zunehmende Bedeutung von Online-Befragungen (CAWI¹) feststellen. So wurden 2010 38% der quantitativen Interviews aller Mitgliedsinstitute des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V. (ADM) online erhoben.² Aber auch in der akademischen Forschung und Lehre gewinnt dieser Erhebungsmodus an Bedeutung. Dies ist nicht zuletzt daran abzulesen, dass diese Erhebungsmethode zunehmend auch in Lehrbüchern Berücksichtigung findet (Diekmann 2009, Schnell 2012) bzw. direkt Lehrbücher hierfür verfasst werden (Batinic u.a. 1999, Gräf 2010, Jakob/Schoen/Zerback 2009). Diese Entwicklung dürfte nicht zuletzt auf die forschungsökonomischen Vorteile dieser Erhebungsmethode zurückzuführen sein. Im Gegensatz zu anderen Befragungsmodi, z. B. der schriftlichen Fragenbogenerhebung (PAPI³) oder des Telefon-Interviews (CATI⁴), ist der Kostenvorteil umso größer, je höher die Anzahl der Befragten ist (Bates 2001; Kwak/Radler 2002). Es fallen weder Interviewer-, Druck- noch Dateneingabekosten an.

Diesen unbestreitbaren Vorteilen stehen aber auch profunde Kritikpunkte in Bezug auf die Qualität der Daten, die mittels Online-Erhebungen gewonnen werden, gegenüber. Besonders hervorgehoben werden hier die Probleme der Stichprobenziehung. Vor allem Probleme bezüglich der Coverage, sowie der Zufälligkeit der Stichprobenziehung – Voraussetzung für die Anwendung inferenzstatistischer Verfahren – werden gegen Online-Erhebungen ins Feld geführt (vgl. Diekmann 2009, Schnell 2012).

Dieser Diskurs hat zwar zu einer zunehmenden Fülle von Methodenstudien geführt, ist aber bis dato nicht abgeschlossen und weist große Informationslücken auf.

Vor diesem Hintergrund wurde die vorliegende Methodenstudie im Rahmen der Befragung „Elterliche Gymnasialwahl 2012“ durchgeführt.

Zum einen galt es der Frage nachzugehen, ob Online-Erhebungen bei Untersuchungen mit Fokus auf bestimmte Bevölkerungsgruppen mit elaborierten Erhebungsverfahren – wie z. B. dem Telefon-Interview – unter wissenschaftlichen Qualitätsgesichtspunkten konkurrieren können. Hierfür wurden in einem Feldexperiment die Erhebungsmodi CAWI und CATI parallel zum Einsatz gebracht und die jeweils gewonnenen Daten in Bezug auf Rücklaufquoten,

¹ CAWI = Computer Assisted Web Interviewing

² <http://www.adm-ev.de/index.php?id=83> (Stand 10.01.2013).

³ PAPI = Paper And Pencil Interview

⁴ CATI = Computer Assisted Telephone Interview

Coverage, Item-Nonresponse und Indikatoren bezüglich der Antwortqualität miteinander verglichen. Zum anderen galt es zu prüfen, inwiefern eine schriftlich - postalische Follow-Up-Befragung den Rücklauf insgesamt steigern kann.

Bevor jedoch die Ergebnisse dieser Studie im Einzelnen vorgestellt werden, sollen in einem ersten Schritt grundlegende Aspekte der Coverage und der Stichprobenziehung erörtert sowie vorhandene Erkenntnisse bezüglich Rücklaufquoten, Antwortqualität und Item-Nonresponse aus anderen Methodenstudien vorgestellt und hieraus Untersuchungshypothesen abgeleitet werden.

2 Forschungsstand

2.1 Coverage

In Bezug auf das Kriterium der Coverage wird gegenüber Online-Erhebungen häufig der Einwand formuliert, dass immer noch große Bevölkerungsgruppen über keinen Internetzugang verfügen und somit systematisch bei einer Online-Befragung ausgeschlossen werden würden (vgl. Bandilla u.a. 2009). Nach aktuellem Stand ist dieser Kritikpunkt schlagend. Anhand der Daten der öffentlichen Statistik lässt sich feststellen, dass aktuell 23% der deutschen Privathaushalte keinen privaten Internetzugang besitzen. Vergleicht man dies mit der Ausstattung von Festnetztelefonanschlüssen – Voraussetzung für eine randomisierte haushaltsbezogene Stichprobenziehung für eine CATI Erhebung – von 89% (Statistisches Bundesamt 2011, S. 145) der privaten Haushalte in Deutschland, zeigen sich eindeutige Vorteile für eine CATI-Befragung. Dies wird sich allerdings in absehbarer Zeit ändern, betrachtet man die Ausstattung der Privathaushalte mit Internetzugang und Festnetzanschluss im Zeitverlauf. Waren es noch 2006 61% mit Internetzugang, sind es 2010 bereits 77% der privaten Haushalte (Statistisches Bundesamt 2011). Die Festnetztelefonanschlüsse nahmen hingegen von 2003 (94,5%) bis 2008 (89,7%) ab. Immer mehr Haushalte ersetzen ihren Festnetzanschluss durch ein Mobiltelefon. Mobiltelefone haben jedoch bezüglich der Stichprobenziehung einen entscheidenden Nachteil: Es existiert keine finite Liste mit regionaler Zuordnung, wie z. B. das Telefonbuch für das Festnetz. Dies bedeutet, dass zwar technisch alle Haushalte telefonisch erreichbar wären, aber die Rekrutierung der Probanden anderweitig organisiert werden muss. Für eine randomisierte Stichprobenziehung für Telefon-Befragungen wird künftig ebenso wie für Internet-Befragungen auf postalische Anschreiben anhand von Adressen aus den Einwohnermeldeämtern oder anderer Adresslisten zurückgegriffen werden müssen. Es existieren

zwar Verfahren, die automatisiert Adressen mit verschiedenen Listen von Telefonnummern abgleichen, aber erste Erfahrungen zeigen, dass lediglich einem Drittel der Adressen eine Telefonnummer zugeordnet werden kann (vgl. Infas/TNS Infratest 2009, S. 11). Die Erfahrungen bezüglich der Rücklaufquoten bei postalischer Bitte um Rückmeldung einer Telefonnummer sind noch einmal ernüchternder. So meldeten bei der AIDA –Studie des Deutschen Jugendinstitutes (DJI) lediglich 5,5 % der Angeschriebenen – bei denen keine Telefonnummer anhand der Listen ermittelt werden konnte – eine Kontaktnummer zurück (vgl. Infas/TNS Infratest 2009, S.11). Vor diesem Hintergrund wäre es durchaus denkbar, dass Online-Befragungen durch ihren höheren Grad an Anonymität diesbezüglich geeigneter sind. Die Hemmschwelle, sich auf einer Webseite anzumelden, dürfte geringer sein, als die eigene Telefonnummer per Post an das Erhebungsinstitut zurückzusenden. Dies bleibt jedoch zu prüfen.

Allein der Umstand, dass nicht alle Haushalte über einen Internetzugang verfügen, wäre an sich kein Problem für eine qualitativ gute Stichprobenziehung, wenn das Merkmal der Verfügbarkeit über einen Internetzugang nicht mit weiteren Merkmalen systematisch kovariieren würde. Dass dies der Fall ist, zeigen die Daten der allgemeinen Statistik. Vor allem die Kohortenzugehörigkeit, der Bildungsstand und das Merkmal, ob Kinder im Haushalt leben, korreliert mit dem Merkmal des Internetzugangs, wie auch mit der Internetnutzung. 98% der Kohorte der 1986 bis 1994 Geborenen und 95% der Kohorte der 1966 bis 1985 Geborenen nutzen das Internet regelmäßig. In der Kohorte der 1946 bis 1965 Geborenen sind dies nur 75% und in der Kohorte derjenigen, die vor 1946 geboren wurden, sind es nur 31% der Befragten (Statistisches Bundesamt 2011, S. 346). „Ein Blick auf den Bildungsstand der Internetnutzer zeigt: 85 % der Personen mit einem hohen Bildungsstand nutzten 2010 das Internet innerhalb der letzten drei Monate vor dem Befragungszeitraum. Bei Personen mit mittlerem Bildungsstand lag der Anteil bei 76 %, Personen mit niedrigem Bildungsstand nutzten das Internet mit einem Anteil von 60%“ (Statistisches Bundesamt 2011, S. 347). Haushalte mit Kindern unter 16 Jahren verfügen eher über einen Internetzugang als andere Haushaltsformen (Statistisches Bundesamt 2011, S. 344).

Diese Umstände machen die Online-Befragung nach wie vor für allgemeine Bevölkerungsumfragen problematisch. Sollen jedoch spezifische Bevölkerungsgruppen – wie z. B. junge Eltern von Kindern in Gymnasien befragt werden, die mittlerweile fast flächendeckend über einen Internetzugang verfügen, entfällt dieses Argument (hierzu auch Schnell 2012, S. 305). Stehen zusätzlich nicht die konkrete Schätzung von Populationsparametern im Fokus der Untersuchung, sondern Zusammenhangsanalysen spricht unter dem Aspekt des Coverage nichts

gegen Online-Befragungen (vgl. Diekmann 2009, S. 431). Ein Befund der durch die Analysen von Ina Elisabeth Bieber und Evelyn Bytzek gestützt wird (vgl. Bieber/Bytzek 2012).

Dennoch bleibt zu prüfen, inwieweit sich eine Stichprobe, die mittels einer Online-Erhebung generiert wurde, bezüglich der Merkmale Kohortenzugehörigkeit und Bildungsstand von einer Telefon-Befragungsstichprobe unterscheidet.

2.2 Rücklaufquoten

2.2.1 Rücklaufquoten nach Erhebungsart

In Online-Befragungen werden sehr unterschiedliche Werte an Rücklaufquoten erreicht. So variiert die Rücklaufquote z. B. in einer Reihe von Online-Untersuchungen von Tracy L. Tuten, David J. Urban und Michael Bosnjak, zwischen 6% und 73% (Tuten/Urban/Bosnjak 2002, vgl. auch Schonlau/Fricker/Elliott 2002). In deutschen Studierendenbefragungen werden ebenfalls sehr unterschiedliche Rücklaufquoten erreicht. Manuela Pötschke (2009) berichtet in einer Reihe von Studien von Rückläufen zwischen 24% und 64%. Nina Baur und Michael J. Florian (2009) erreichen dagegen mit 8 bis 9% eine viel geringere Ausschöpfung. In einer Online-Studie im Anschluss an den ALLBUS 2006 konnten Wolfgang Bandilla, Lars Kaczmirek, Michael Blohm und Wolfgang Neubarth für junge und gut ausgebildete Personen eine Teilnahmebereitschaft von ca. 50% erreichen (Bandilla u.a. 2009). Diese Varianz zeigt sich auch im Vergleich der Rücklaufquoten unterschiedlicher Erhebungsmodi. Viele Untersuchungen belegen, dass Rücklaufquoten von Online-Befragungen im Vergleich zu postalischen Befragungen geringer ausfallen (Cook/Heath/Thompson 2000; Couper 2000; Kwak/Radler 2002; Couper/Coutts 2006; Dillman u.a. 2009). Andere Studien kommen zu einem gegenteiligen Ergebnis. Hier konnten höhere Rückläufe für Online-Befragungen im Vergleich zu postalischen Befragungen verzeichnet werden (Cobanoglu/Warde/Moreo 2001, Barrios u.a. 2011, Shih/Xitao 2008, Bates 2001). Ähnlich widersprüchlich zeigen sich die Ergebnisse bezüglich des direkten Vergleichs von Online- und Telefon-Befragungen. Hier kommen Frauke Kreuter, Stanley Presser und Roger Tourangeau zu dem Ergebnis „CATI had the best response rate and the Web, the worst“ (Kreuter/Presser/Tourangeau 2008, S. 864, vgl. auch Yeager u.a. 2011, Couper/Coutts 2006, Maurer/Jandura 2009). In einer Vergleichsstudie von Online-Erhebung und Telefonerhebung von Leah M. Christian, Don A. Dillman und Jolene D. Smyth (2007) hingegen wurden etwa gleich hohe Rücklaufquoten um die 60% verzeichnet.

Es ist hierbei nicht immer klar, ob es sich um einen Verfügbarkeitsbias oder um einen Präferenzbias handelt. Verfügbarkeitsbias meint die bereits oben beschriebene Kovarianz von Ausstattung und anderen Merkmalen der Befragten. Präferenzbias hingegen meint den Bias, der nicht aus der Nichtverfügbarkeit resultiert, sondern aus der Affinität eher auf den einen als auf einen anderen Befragungsmodus anzusprechen bzw. zu reagieren. Diesbezüglich stellten Bandilla, Kaczmirek, Blohm und Neubarth fest: „Aber auch dann, wenn über einen Internetzugang die technischen Voraussetzungen zur Teilnahme an einer Online-Befragung gegeben sind, ist ein deutlicher Bias bei den Befragungsbereiten zu erkennen: Innerhalb dieser Gruppe sind im Vergleich zur Gesamtgruppe der Internetnutzer wiederum die „Jüngeren“ mit einem hohen Bildungsabschluss überrepräsentiert (28 Prozent vs. 20 Prozent)“ (Bandilla u.a. 2009, S. 137). Diese Forscher haben in ihrer Studie ebenso untersucht, wie das Verhältnis von Verfügbarkeits- und Präferenzbias ist. Sie kommen zu dem Schluss, dass der Bias durch die Nichtzugänglichkeit bedeutend größer ist, als der Bias durch die Nichtbereitschaft zu antworten (Bandilla u.a. 2009, S. 137).

Viele Untersuchungen testen Maßnahmen, die zur Erhöhung der Rücklaufquoten bei Online-Befragungen eingesetzt werden können. Doch auch hier zeigen sich sehr widersprüchliche Resultate. So konnten Colleen Cook, Fred Heath und Russel L. Thompson (2000) in einer Meta-Analyse der publizierten Online-Untersuchungen drei wichtige Determinanten für höhere Rücklaufquoten identifizieren: Mehrere Kontakte (Follow-Up), personalisierte Kontakte und Kontakte vor der Erhebung (Precontact). Auch Dillman (2009) betont in seiner *tailored quality method* eine positive Wirkung von Erinnerungen und die Notwendigkeit einer möglichst persönlichen Anrede. Stephen R. Porter und Michael E. Whitcomb (2003) konnten dagegen keinen Effekt der Personalisierung feststellen, was diese auf die wachsende Zahl von Spam-Sendungen zurückführen. In einer Online-Befragung in Hannover wurde hingegen beobachtet, dass die Personalisierung auch zu erhöhten Abbrüchen führen kann (vgl. Eulenberger u.a. 2012). Was die aus schriftlichen Befragungen bekannten positiven Effekte von Geschenken betrifft, fallen diese bei Online-Erhebungen in etlichen Studien deutlich bescheidener aus (vgl. Couper/Coutts 2006; Tuten/Urban/Bosnjak 2002). Dagegen belegt die neueste Studie von Morgan M. Millar und Don A. Dillman (2011) eine signifikante Erhöhung von Teilnahmeraten um 17% bei einem 2 Dollar Incentive. Im Hinblick auf immaterielle Incentives stellen Bernd Markus, Michael Bosnjak, Steffen Lindner, Stanislav Pilischenko und Astrid Schütz (2007) positive Effekte eines personalisierten Feedbacks nach der Befragung – in Form eines individuell erstellten Antwortprofils des Befragten – auf die Rücklauf-

quoten bei Befragungen mit einer geringen Salienz des Themas fest. Dieser Effekt trat jedoch nicht auf, wenn das Befragungsthema eine hohe Relevanz für die Befragten hatte.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass nicht der Erhebungsmodus per se den Rücklauf beeinflusst, sondern dass die Rücklaufquoten maßgeblich von der spezifischen Kombination von Zielpopulation, Salienz des Untersuchungsthemas und dem Erhebungsmodus abhängen (vgl. Cook/Heath/Thompson 2000, Marcus u.a. 2007, Archer 2007, Barrios u.a. 2011).

Aufgrund dieser Datenlage bleibt somit zu prüfen, inwieweit bei spezifischen Fragestellungen und spezifischen Zielpopulationen die Responseraten zwischen unterschiedlichen Erhebungsmodi variieren.

2.2.2 Rücklaufquoten bei Mixed-Mode-Untersuchungen

Unstrittig ist die Wirkung von Mixed-Mode Verfahren, zur Steigerung der Rücklaufquoten. Die Forscher um Don A. Dillman konnten belegen, dass der Rücklauf sich erheblich verbessert, wenn bei einer Kontaktwiederholung eine zweite, bzw. eine dritte Befragungsform den Befragten angeboten wird (Dillman u.a. 2009). Bezüglich der Höhe der Responsesteigerung zeigen sich jedoch wieder erhebliche Unterschiede. Die Steigerungsraten reichen von ca. 14 Prozentpunkten (Dillman u.a. 2009; Smyth u.a. 2010) bis ca. 40 Prozentpunkten (Eulenberger u.a. 2012) durch einen schriftlich-postalischen Follow-Up in Anschluss an eine Online-Erhebung. Trotz dieses eindeutigen Vorteils ist der Einsatz von Mixed-Mode-Verfahren nicht unproblematisch. Dies ergibt sich aus dem Reliabilitätsproblem beim Wechsel zwischen verschiedenen Befragungsformen, ein Punkt auf den bereits Dillman u.a. (2009) hingewiesen haben. Auch Edith de Leeuw, Joop Hox und Annette Scherpenzeel stellten Unterschiede hinsichtlich verschiedener unterschiedlicher Erhebungsmethoden fest. Diese fielen jedoch so gering aus, dass die Autoren zu dem Schluss gelangten: „These results are encouraging for mixed-mode surveys“ (Leeuw/Hox/Scherpenzeel 2011, S. 5965). Darauf wird im folgenden Abschnitt noch näher einzugehen sein.

An dieser Stelle ist anhand der Datenlage zunächst festzuhalten, dass davon auszugehen ist, dass ein Erhebungsmethodenwechsel insgesamt den Response erhöht.

2.3 Item-Nonresponse und Antwortverhalten

Online-Befragung als schriftlicher Erhebungsmodus hat Vorteile, die bisher den mündlichen Erhebungsmodi vorbehalten waren. Hier wäre z. B. die Möglichkeit, multimediale Stimuli in den Fragebogen einzubauen, um diesen attraktiver zu gestalten, zu nennen. Auch können komplexe Filterregeln ohne Probleme für die Befragten implementiert werden. Ein Vorteil hingegen, der den mündlichen Befragungen vorbehalten bleibt, ist, dass der Interviewer die Möglichkeit hat, direkt motivierend und erklärend im Interviewverlauf einzugreifen. Dies kann Abbrüche und Item-Nonresponse minimieren. Bei einem direkten Vergleich von Online- und Telefon-Befragung in einem randomisierten Feldexperiment kamen Kreuter, Presser und Tourangeau jedoch zu folgendem, erstaunlichem Ergebnis „CATI had the highest rate of item missing data and the Web the lowest“ (Kreuter/Presser/Tourangeau 2008, S. 864). Wurden bei den Studien von Baur und Florian (2009) und Pötschke (2009) sehr geringe Werte für Abbruchquoten und fehlende Antworten bei Online-Erhebungen verzeichnet, stellte Nancy Bates hingegen in ihrer Untersuchung ein oberflächlicheres Antworten und ein höheres Item-Nonresponse bei Online-Erhebungen fest (Bates 2001).

Für die Erklärungen der unterschiedlichen Befunde könnte der Grad der Sensibilität der erhobenen Daten eine Rolle spielen. Es wurde beobachtet, dass Online-Befragte auf sensible Fragen mit weniger sozialer Erwünschtheit reagieren (vgl. Taddicken 2009a, Taddicken 2009b). Somit ist in Bezug auf den Item-Nonresponse ein gegenläufiger Effekt zu vermuten. Auf der einen Seite scheint die stärkere Interviewerpräsenz in Telefon-Erhebungen mehr Antwortverweigerungen bei sensiblen Fragen zu generieren. Auf der anderen Seite generiert der gleiche Umstand weniger Item-Nonresponse bei nichtsensiblen Fragen.

Aber nicht nur nach Sensibilitätsgrad, sondern auch nach Fragetyp kovariieren der Item-Nonresponse und der Erhebungsmodus. Hinsichtlich des Item-Nonresponse bei unterschiedlichen Fragetypen, konnte Martyn Denscombe (2009) sowohl bei geschlossenen Fakten- und Meinungsfragen als auch bei offenen Fragen geringere Ausfälle für die Online-Variante gegenüber anderen schriftlichen Erhebungsmodi feststellen. Am deutlichsten waren die Unterschiede bei offenen Fragen. Ähnliche Tendenzen konstatiert Manuela Pötschke (2009), allerdings sind ihre Ergebnisse inkonsistenter. Signifikante Befunde hinsichtlich des Antwortverhaltens bei offenen Fragen berichten hingegen Maite Barrios, Anna Villarroya, Angel Borrego und Candela Olle (2011). Für eine Stichprobe spanischer Promotionsabsolventen bestätigten sie geringere Item-Nonresponseraten sowie eine bessere Antwortqualität (gemessen als Antwortlänge) für Online-Befragungen. Dennoch konnten sie keine signifikanten Unterschiede

zwischen den beiden Administrationsarten in der Antwortgüte auf geschlossene Fragen feststellen. Auch Nojin Kwak und Barry Radler (2002) konstatieren in ihrem Methodenexperiment mit einer Gruppe von Studierenden geringere Item-Nonresponseraten und längere Antworten auf offene Fragen in der Online-Variante der Befragung.

Aber nicht nur der Item-Nonresponse scheint mit dem Erhebungsmodus zu kovariieren. So berichtet Bates (2001) von vermehrten oberflächlichen Antworten in Online-Erhebungen. Auch in den Arbeiten von Monika Taddicken zeigen sich deutliche Unterschiede im Antwortverhalten der Probanden von Online- und Telefonbefragungen (Taddicken 2009a). Beim Vergleich von schriftlicher Befragung und Online-Befragung zeigen sich in ihren Untersuchungen hingegen kaum Unterschiede. Dies lässt vermuten, dass es eher die Kommunikationsform ist – mündlich vs. schriftlich – die systematische Varianzen im Antwortverhalten bedingt.

Vor diesem Hintergrund ist somit zu prüfen, ob Item-Nonresponse sich zwischen Online- und Telefon-Befragungen unterscheidet. Hierbei sind die Frageart und die Anstößigkeit der Fragen zu berücksichtigen.

Ebenso gilt es zu klären, inwiefern das Antwortverhalten mit dem Erhebungsmodus kovariiert. Die Stärke der Effekte ist auch wesentlich bezüglich der Frage der Anwendbarkeit eines Mixed-Mode-Designs.

2.4 Zwischenfazit

Insgesamt zeichnet sich ein sehr differenziertes Bild bezüglich der Qualität der Daten von Online-Erhebungen ab. Trotz der Fülle von Methodenstudien lassen sich weder eindeutige Erwartungen bezüglich der Rückläufe – und deren Zusammensetzungen – noch für die produzierte Datengüte formulieren. Lediglich bezüglich eines Mixed-Mode-Designs sind höhere Rücklaufquoten zu erwarten. Inwiefern sich das Antwortverhalten zwischen Online-, Telefon- und schriftlich-postalischer-Befragung unterscheidet, ist jedoch eine offene Frage.

Gerade in Bezug auf Erhebungen, die spezifische Teilpopulationen fokussieren, fehlen empirische Daten gänzlich.

Vor diesem Hintergrund sollen folgende Hypothesen geprüft werden:

Rücklauf

H1: Online-Erhebungen generieren eine höhere Rücklaufquote als Telefonbefragungen.

H2: Ein schriftlich-postalischer Follow-Up (PAPI) erhöht insgesamt die Rücklaufquote.

Coverage

H3a: Im Online-Erhebungssample sind jüngere Geburtskohorten stärker vertreten als im Telefonsample.

H3b: Im schriftlich-postalischen Follow-Up (PAPI) sind ältere Geburtskohorten am stärksten vertreten.

H4a: Im Online-Erhebungssample sind ressourcenstarke Haushalte stärker vertreten als im Telefonsample.

H4b: Im schriftlich-postalischen Follow-Up (PAPI) sind die ressourcenstarken Haushalte am geringsten vertreten.

Item-Nonresponse

H5a: Telefonbefragungen bedingen insgesamt weniger Item-Nonresponse als Online-Befragungen.

H5b: Der schriftlich-postalische Follow-Up (PAPI) weist die höchsten Item-Nonresponseraten auf.

H5c: Schriftliche Befragungen weisen einen höheren Item-Nonresponse bei offenen Fragen auf.

H5d: Telefonbefragungen bedingen bei sensiblen Fragen einen höheren Item-Nonresponse als Online-Befragungen.

Antwortverhalten

H6a: Es bestehen deutliche Differenzen zwischen mündlichen Telefonbefragung und der schriftlichen Online-Befragung im Antwortverhalten.

H6b: Es bestehen keine deutlichen Differenzen zwischen der schriftlichen Online-Befragung und dem schriftlich-postalischen Follow-Up im Antwortverhalten.

3 Die Erhebung "Elterliche Gymnasialwahl 2012"

Wie sich in der Gesamtschau anderer Studien herauskristallisiert, scheint die Struktur der anvisierten Zielgruppe und die Salienz des Befragungsthemas für die Zielgruppe eine entscheidende Rolle zu spielen. Vor diesem Hintergrund sind inhaltliche Fragen nicht von den methodischen zu trennen. Aus diesem Grund muss die inhaltliche Ausrichtung der Studie kurz umrissen werden.

3.1 Forschungsgegenstand und Zielpopulation

Im Projekt „Elterliche Gymnasialwahl 2012“ wurde die elterliche Bildungseinrichtungswahl beim Übergang von der Grundschule in die gymnasiale Sekundarstufe fokussiert. Im Zuge der Bildungsexpansion – und hier vor allem der Expansion höherer Bildung – beschränkt sich die elterliche Bildungsentscheidung nicht mehr nur auf die Frage welche Schulform, sondern auch im zunehmenden Maße welche Schule gewählt wird. Dies ist auf die Zunahme des Anteils der Gymnasialschüler/innen bei gleichzeitiger schulforminterner Binnendifferenzierung – z. B. durch die Einführung spezieller Profile etc. – zurückzuführen. Die elterlichen Bildungsentscheidungen in Bezug auf spezifische Einrichtungen sind aber nicht nur ein Resultat des Angebotes, sondern müssen vielmehr auch als Ursache – so unsere These – für Differenzierungsprozesse betrachtet werden. Während jedoch die Schulformwahl in Deutschland mittlerweile auf eine lange Tradition zurückblicken kann (Ditton 1992; Becker 2007; 2007a; Müller/Pollak 2007; Maaz/Baumert/Trautwein 2010), sind bezüglich der Wahl zwischen Einrichtungen einer Bildungseinrichtungsform repräsentative, quantitative Forschungen – und somit methodische Erkenntnisse – bisher eher selten (Riedel u.a. 2010). Noch weniger Studien fokussieren direkt die Entscheidungsträger – meist die Eltern – einer Bildungseinrichtungswahl (Kristen 2008, Eulenberger u.a. 2012, Suter 2013). Aber gerade die Frage nach den Mechanismen der elterlichen Einrichtungswahl ist vor dem Hintergrund sich abzeichnender neuer vertikaler Distinktionen zwischen bisher gleichrangigen Bildungsinstitutionen hoch interessant (Krüger u.a. 2012). Vor allem ressourcenstarke Gruppen spielen bei diesen Prozessen eine zentrale Rolle (ebd., S. 329).

Hier setzt das vorliegende Forschungsvorhaben direkt an, indem Eltern nach der Entscheidung in Hinblick auf die relevanten Kriterien, die bei der Schulwahl ihrer Kinder eine Rolle spielten, befragt werden sollen. Wie gestaltet sich die Schulsuche und nach welchen Kriterien wird die als passend erachtete Schule ausgewählt? Aber auch die Kriterien bei der Wahl von

Alternativeinrichtungen wurden erfragt, wenn die Anmeldung an der Wunschscheule nicht möglich war.

Somit ergibt sich eine Befragungspopulation von relativ jungen Erwachsenen, bei denen Kinder im Alter von ca. 10 Jahren im Haushalt leben.

Aufgrund dieser Tatsachen spricht viel für eine Online-Erhebung. Wie jedoch der Forschungsüberblick gezeigt hat, sind weitere Aspekte bei der Entscheidung für einen Erhebungsmodus zu berücksichtigen. Bei den sich abzeichnenden Interaktionen zwischen Erhebungsmodus, Salienz, Struktur der Befragungspopulation und Fragenstruktur bleibt zu einer abschließenden Beantwortung der Frage, welcher Erhebungsmodus der zu favorisierende ist, lediglich die Durchführung eines Feldexperimentes.

3.2 Stichprobenziehung

Das Feldexperiment wurde in zwei ausgewählten Regionen – ein Kreis in Sachsen-Anhalt und ein Kreis in Nordrhein-Westfalen – durchgeführt. Als Zugangsweg zu den Eltern wurde die Schule selbst gewählt. Von zehn kontaktierten Gymnasien konnten fünf – drei Gymnasien in Sachsen-Anhalt und zwei Gymnasien in Nordrhein Westfalen – für die Pilotstudie gewonnen werden. Ein Gymnasium fungiert bezüglich des bilingualen Bildungsganges als Angebotschule für das gesamte Stadtgebiet. Ein weiteres Gymnasium hat eine spezifische Erprobungsstufe. Anknüpfend an die Lernerfahrungen der Kinder in der Grundschule führen die Lehrerinnen und Lehrer die Kinder der Klassenstufe 5 und 6 an die Unterrichtsmethoden und Lernangebote des Gymnasiums heran. Die Besonderheit eines dritten Gymnasiums besteht darin, dass es sich in privater Trägerschaft befindet. Nur zwei Gymnasien haben eine direkte Ablehnung rückgemeldet. Aufgrund der hohen Schüler/innen/zahlen der gewonnenen Gymnasien und der begrenzten finanziellen Mittel der Studie wurde entschieden, das Werben um unentschlossene Gymnasien einzustellen.

Die Befragung fand zu Beginn des 5. Schuljahres statt, da davon ausgegangen werden kann, dass zu diesem Zeitpunkt die relevanten Aspekte der Gymnasialwahl weitgehend noch präsent sind.

An die Eltern der Klassenstufen 5 wurden über die Adressverteiler der Schulen – nach deren und der Zustimmung des Landesverwaltungsamtes – im Zeitraum September bis Oktober 2012 mehrere Anschreiben mit der Bitte um Mitarbeit zugeschickt. Die Anschreiben wurden vorbereitet und anschließend an die Schulen versandt. Mitarbeiter/innen der Schule etikettier-

ten und versendeten die vorfrankierten Anschreiben. Die Adressdaten der Eltern verblieben bei diesem Vorgehen in der Obhut der jeweiligen Schulen.⁵

Insgesamt ergab sich eine Bruttostichprobe von 396 Personen.

Diese potenziellen Probanden wurden zu einem Teil um Teilnahme an einer Online-Umfrage (CAWI) gebeten. Diese Eltern wurden in einem Anschreiben und in zwei Erinnerungsschreiben gebeten, sich anonym auf einer entsprechenden Internetseite (www.sozioLOGIE.uni-halle.de/bildungsumfrage) an der Befragung zu beteiligen. Um auch Eltern, die über keinen Internetzugang verfügen, ebenfalls eine Beteiligung zu ermöglichen, wurde in einem vierten und letzten Anschreiben ein schriftlicher Fragebogen (PAPI) verschickt.

Eine zweite Teilpopulation – also nicht dieselben Eltern, bei denen um eine Beantwortung mittels Onlinefragebogens geworben wurde – wurden gebeten mittels eines telefonischen Interviews (CATI) an der Befragung teilzunehmen. Auch bei dieser Erhebung wurde in einem Anschreiben und in zwei Erinnerungsschreiben darum geworben, auf freiwilliger Basis die entsprechende Kontakttelefonnummer mitzuteilen, anhand derer dann das Telefoninterview durchgeführt werden kann. Auch hier wurde in einem letzten Anschreiben ein schriftlicher Fragebogen an die Eltern versandt, um auch Eltern ohne Telefon die Möglichkeit zu bieten, an der Umfrage teilzunehmen.

Die Zuordnung zur Online-Erhebung und zur Telefon-Erhebung fand innerhalb der Schulen auf Klassenebene statt. Da wie bereits erwähnt aus datenschutzrechtlichen Gründen, die Adressdaten bei den jeweiligen Schulen verblieben, war eine randomisierte Zuordnung auf Individualebene nicht möglich. Eine solche hätte bedeutet, dass die Schulen zentral eine Liste erarbeiten und führen müssten, aus der hervorgeht, welche Eltern mit welchem Erhebungsmodus kontaktiert werden sollen. Aufgrund des Umstandes, dass in einigen Schulen die jeweiligen Klassenlehrer/innen die Etikettierung vorgenommen haben, wäre eine individuelle Zuordnung der Anschreiben sowie der erhebungsmodusspezifischen Erinnerungsschreiben eine unzumutbare Mehrbelastung für die entsprechenden Kräfte vor Ort gewesen. Die klassenweise Zuordnung erleichtert nicht nur den Arbeitsaufwand für die Schule, sondern ist auch weniger anfällig für Komplikationen und Fehlzusordnungen, da hier lediglich darauf geachtet werden muss, dass jeweils Klasse 1 und 3 mit dem Anschreiben A und Klasse 2 und 4 mit den Anschreiben B etikettiert werden muss. Diese Zuordnung der Klassenverbände zu den jewei-

⁵ Eine Rückmeldung von einer Schule nach dem Versenden des letzten Anschreibens bestätigt, dass dieses Vorgehen auch von Seiten der Schulen als positiv bewertet wurde.

ligen Erhebungsmodi fand zufällig statt. Eine vertikale Struktur zwischen den einzelnen Klassen konnte nicht festgestellt werden.

Durch dieses Vorgehen und aufgrund des Umstandes, dass die Schulen hinsichtlich der Klassenanzahl und der durchschnittlichen Klassenstärke variierten, kamen in acht Klassen das CATI-Anschreiben und in neun Klassen das CAWI-Anschreiben zum Einsatz. Somit ergaben sich 185 Elternanschriften mit Bitte für ein CATI-Interview und 211 Elternanschriften mit der Bitte für ein CAWI-Interview. Wie bereits erwähnt, folgten dem Erstanschreiben zwei weitere Erinnerungsschreiben (siehe Anhang). In einer vierten Welle wurde ein schriftlicher Fragebogen (PAPI) versandt. Aus Datenschutzgründen konnte lediglich eine Zuordnung auf Schulebene realisiert werden. Somit können die einzelnen schriftlichen Fragebögen nicht einem der beiden Ersterhebungsmodi uneindeutig zugeordnet werden.

3.3 Ergebnisse

3.3.1 Rücklauf

In Tabelle 1 sind die erzielten Rückläufe der Online- und der Telefonbefragung ohne schriftlich-postalischen Follow-Up aufgeführt. Die Angaben in der Brutto-Spalte geben die Stichprobenanteile wieder, die irgendeine Reaktion auf das Anschreiben gezeigt haben. Also auch diejenigen, die zwar eine Telefonnummer zurückgesendet haben, aber nicht erreichbar waren. Bei CAWI beinhaltet diese Zahl auch die Abbrüche und die Zugriffe auf die Webseite, die außer dem Zugriff keinerlei valide Werte beinhalten. In der Netto-Spalte hingegen sind nur die Anteile berücksichtigt, die die Befragung formal abgeschlossen haben. Nicht berücksichtigt sind somit Abbrüche während der Befragung.

Tabelle 1: Rücklaufquoten der Experimentalgruppen

	Anschreiben	Bruttorücklauf	Bruttoprozent	Nettorücklauf	Nettoprozent
CAWI	211	60	28,4	51	24,2
CATI	185	39	21,1	31	16,8

Bei dem CATI-Sample haben von 185 Personen 39 Personen ihre Telefonnummer rückgemeldet. Davon war eine Nummer ohne Anschluss und bei einer anderen Nummer konnte nur der Anrufbeantworter erreicht werden. Bei sechs weiteren Personen konnte zwar ein Kontakt hergestellt werden, diese hatten aber zu dem Zeitpunkt des Kontaktes bereits den schriftlichen Fragebogen ausgefüllt. Geht man davon aus, dass diese sechs Personen für ein CATI-Interview bereit gewesen wären, ergibt sich ein Rücklauf von $N=37$. Dies entspräche bei 185

CATI-Anschreiben einem Rücklauf von 20%. Wird nur die Nettostichprobe der tatsächlich realisierten Telefoninterviews berücksichtigt, ergibt sich eine Rücklaufquote von 16,8%.

Bei der CAWI- Stichprobe wurden 60 Zugriffe auf die Webseite verzeichnet. Davon weisen jedoch vier Zugriffe keinerlei valide Werte auf. Weitere fünf Zugriffe wurden nicht abgeschlossen. Werden die nicht abgeschlossenen Zugriffe, die zumindest einige valide Angaben aufweisen (N= 56) in der Rücklaufquote berücksichtigt, dann ergibt sich bei 211 Anschreiben eine Quote von 26,5%. Werden nur die abgeschlossenen Interviews gewertet, ergibt sich ein Rücklauf von 24,2%.

Vor diesem Hintergrund kann die Hypothese H1a, nach der Online-Befragungen höheren Rücklauf generieren als Telefonumfragen, bestätigt werden!

Mit dem schriftlich-postalischen Follow-Up konnten zusätzlich 142 Rückläufe generiert werden. Bei insgesamt 309⁶ potenziellen Befragten ergibt sich eine Rücklaufquote von 46% bezüglich der Nichtantworten und eine Rücklaufquote von 35,9% bezogen auf die Gesamtbruttostichprobe (N=396).

Somit kann die Hypothese H1b, dass ein Methodenwechsel den Rücklauf stark erhöht, bestätigt werden!

Abbildung 1 gibt die Berechnungen der Rücklaufquoten noch einmal im Detail – getrennt nach Erhebungsmodus – an. Hierbei wurden nur abgeschlossene Datensätze berücksichtigt. Dies hat seine Begründung darin, dass eine Item-Nonresponse-Analyse wesentlicher Bestandteil dieser Untersuchung ist. Aufgrund des Umstandes, dass bei allen Erhebungsmodi mit Filterführungen gearbeitet wurde, ist nicht jedes Missing gleich ein Item-Nonresponse. Somit ist es wesentlich, zwischen Filter-Missing und Item-Nonresponse zu unterscheiden. Bei Abbrüchen ist dies jedoch nicht möglich. Fehlen die Antworten bei Filterfragen, kann das folgende Missing weder den Filter-Missings noch dem Item-Nonresponse zugeordnet werden. Um eine vergleichbare und belastbare Datenbasis für den Methodenvergleich zu generieren, blieben alle Abbrüche in den folgenden Analysen unberücksichtigt.

Es wurde bereits erwähnt, dass Antworten aus dem schriftlich-postalischen Follow-Up nicht dem vorgängigen Erhebungsmodus zugeordnet werden können. Aus datenschutzrechtlichen Gründen ist somit nicht klar, ob ein Fragebogen dem CAWI- oder dem CATI-Stichprobe entstammt. Um dennoch eine Schätzung der Gesamtrücklaufquoten der verschiedenen Mixed-

⁶ 396- (31+56)=309

Mode-Designs treffen zu können, wurden die Fragebögen anhand der jeweiligen Nonresponseraten der Sample prozentual aufgeteilt.

Aus Abbildung 1 kann entnommen werden, dass ein Mixed-Mode-Design von Online-Erhebung und PAPI einen höheren Rücklauf produziert als eine Methodenkombination von Telefon-Befragung und schriftlich-postalischem Follow-Up. Die Unterschiede sind jedoch nicht so gravierend, dass allein hierdurch eine prinzipielle Entscheidung für das eine oder für das andere Design getroffen werden kann.

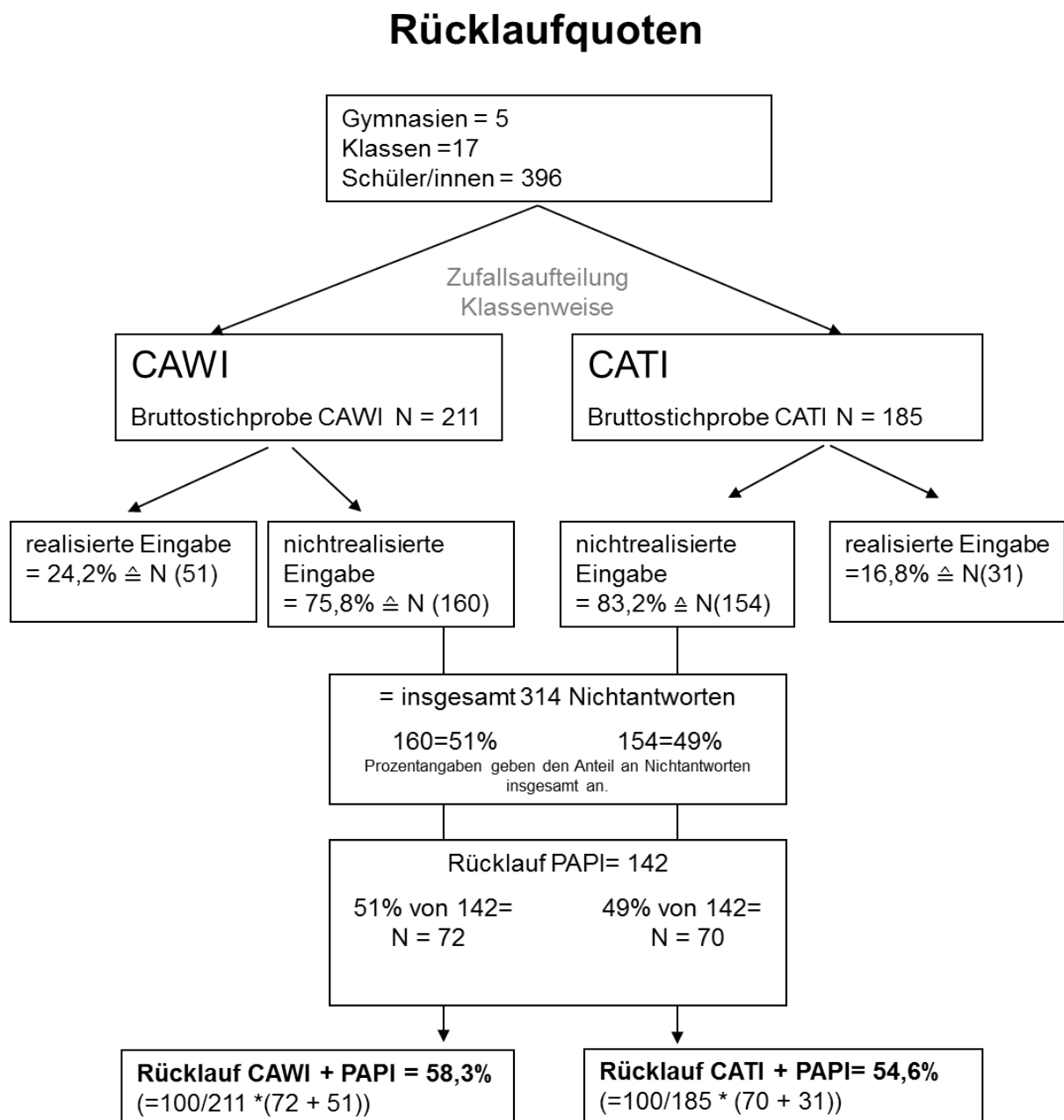


Abbildung 1: Rücklaufquoten

3.3.2 Coverage

Aus der Forschungsliteratur wurde bezüglich der Coverage die Hypothese abgeleitet, dass die Stichproben der unterschiedlichen Erhebungsmodi sich hinsichtlich der Geburtskohorte und des sozioökonomischen Hintergrundes unterscheiden.

In Tabelle 2 wurde dies anhand eines Mittelwertvergleichs überprüft. Es ist zunächst festzustellen, dass bezüglich der Geburtskohorten ein erheblicher Range zu verzeichnen ist. Die jüngsten Probanden sind 1980 und die ältesten 1957 geboren. Der Gesamtdurchschnitt liegt bei 1970,3. Werden die einzelnen Geburtskohortenmittelwerte bezüglich des Erhebungsmodus verglichen, zeigt sich, dass CATI durchschnittlich stärker von älteren Kohorten und die Stichprobe des schriftlich-postalischen Follow-Ups durchschnittlich stärker von den jüngeren Kohorten geprägt ist. Das CAWI-Sample nimmt diesbezüglich eine Zwischenstellung ein. Eine berechnete ANOVA markiert diese Unterschiede als signifikant.

Ein post hoc Scheffé-Test legt jedoch offen, dass nur der Gruppenvergleich CATI-PAPI signifikante Unterschiede aufweist. Die CAWI-Stichprobe lässt sich im Vergleich zu keiner anderen Stichprobe signifikant diskriminieren. Hinzu kommt, dass die Unterschiede insgesamt eher als gering einzustufen sind.

Tabelle 2: Mittelwertvergleich Geburtskohorte nach Erhebungsmodus

	Geburtskohorte		Min.	Max.
	Mittelwert	Standardabweichung		
CATI	1968,7	4,6	1957	1979
CAWI	1969,4	4,2	1957	1978
PAPI	1971,1	4,6	1960	1980
Total	1970,3	4,6	1957	1980

Die Hypothese H3a, nach der im Online-Erhebungssample eher jüngere Geburtskohorten antworten als im Telefonsample, trifft zwar durchschnittlich zu, doch die Unterschiede sind sehr gering und nicht signifikant.

Die Hypothese H3b, nach welcher vermutet wurde, dass ältere Kohorten eher schriftlich-postalisch antworten, kann nicht bestätigt werden.

Weiterhin wurde angenommen, dass sich die Substichproben bezüglich ihrer sozioökonomischen Merkmale unterscheiden. Um dies zu prüfen, wurden zunächst ebenfalls die Mittelwerte bezüglich des höchsten sozioökonomischen Status im Haushalt (HISEI⁷) verglichen. In

⁷ ISEI ist das Kürzel für internationale Skala des sozioökonomischen Status nach Harry B. G. Ganzeboom, Paul M. de Graaf und Donald J. Treiman (1992). HISEI ist der höchste sozioökonomische Status in einem Haushalt.

Tabelle 3 zeigt sich, dass CAWI durchschnittlich den niedrigsten und CATI den höchsten HISEI-Wert aufweist. Diese Unterschiede sind jedoch sehr gering und auch nicht signifikant.

Tabelle 3: Mittelwertvergleich HISEI nach Erhebungsmodus

	HISEI Mittelwert	Standard- abweichung	Min.	Max.
CATI	55,4	18,1	23	88
CAWI	54,2	16,7	23	88
PAPI	54,3	15,5	23	90
Total	54,4	16,1	23	90

Die Hypothese H4a, nach der im Online-Erhebungssample ressourcenstärkere Haushalte stärker vertreten sind als im Telefonsample, muss zurückgewiesen werden.

Die Hypothese H4b, nach der im schriftlich-postalischen Follow-Up die ressourcenstärkeren Haushalte am geringsten vertreten sind, kann tendenziell - nicht signifikant - bestätigt werden.

Als nächstes ist zu prüfen, wie groß die Differenzen zwischen einem Mixed-Mode-Design aus Online-Erhebung und PAPI und einem Mixed-Mode-Design aus CATI und PAPI ausfallen. Wie bereits erwähnt, ist es aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht möglich nachzuvollziehen, welche Antworten aus dem schriftlich-postalischen Follow-Up aus der CATI- bzw. der CAWI-Stichprobe entstammen. Um dennoch eine Schätzung der Effekte der unterschiedlichen Mixed-Mode-Designs durchführen zu können, wurden die Probanden, die erst im Follow-Up geantwortet haben, randomisiert der CATI- oder der CAWI- Stichprobe zugeordnet (vgl. Tabelle 4). Dabei wurden die Fallzahlen aus Abbildung 1 zugrunde gelegt.

Tabelle 4: Zusammensetzung der Mixed-Mode-Design

Erhebungsmodus	Mixed-Mode-Design		Total
	CATI+PAPI	CAWI+PAPI	
CATI	31	0	31
CAWI	0	51	51
PAPI	70	72	142
Total	101	123	224

Auch im Vergleich der Mixed-Mode-Designs (vgl. Tabelle 5) zeigt sich, dass die Unterschiede zwischen einer Telefonbefragung und einer Onlinebefragung – wenn sie mit einem schriftlich-postalischen Follow-Up kombiniert werden – marginal sind. Ein T-Test ergab folglich keinerlei statistische Signifikanz.

Tabelle 5: Mittelwertvergleich HISEI nach Mixed-Mode-Design

Mixed-Mode-Design	Mittelwert	HISEI		
		Standard-abweichung	Min.	Max.
CATI+PAPI	53,2	15,4	23	90
CAWI+PAPI	55,4	16,6	23	90
Total	54,4	16,1	23	90

3.3.3 Item-Nonresponse

Bezüglich der Item-Nonresponse wurde die Hypothese aufgestellt, dass CATI insgesamt weniger, aber bei sensibleren Fragen höheren Item-Nonresponse aufweist als CAWI. In Bezug auf den schriftlich-postalischen Follow-Up werden noch einmal höhere Item-Nonresponseraten erwartet. Um dies zu prüfen, wurde ein systematischer Vergleich zwischen den Stichproben der verschiedenen Erhebungsmodi durchgeführt. Es muss noch einmal an dieser Stelle ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass lediglich die CAWI- und die CATI-Stichprobe parallel erhoben wurden. Die Maßzahlen der Stichprobe des schriftlich-postalischen Follow-Ups hingegen können auch durch Bedingungen beeinflusst sein, die durch die vorgängige Erhebung – CAWI oder CATI – induziert sind. Dies spricht nicht gegen einen simultanen Vergleich der Erhebungsmodi, aber bei der Interpretation gilt es, sich stets diesen Umstand zu vergegenwärtigen.

Des Weiteren sind beim Vergleich der Item-Nonresponseraten der verschiedenen Erhebungsmodi zwei Dinge zu beachten. Zum einen ist, wie bereits ausgeführt, nicht jedes Missing ein Item-Nonresponse. In allen drei Modi wurde mit Filterführungen operiert. Aufgrund dieses Umstandes muss bei der Analyse unterschieden werden, ob es sich um Filter-Missings – Missings, die aufgrund der Filterführung automatisch entstehen – oder um Item-Nonresponse handelt. Zum anderen ist zu beachten, dass es aufgrund der Filterführung zu Differenzen bezüglich der maximal möglichen Items, die ein Proband beantworten kann, kommt. Ein direkter Vergleich der absoluten Item-Nonresponse führt demnach zu verfälschten Ergebnissen. Eine nicht beantwortete Frage bei insgesamt 73 möglichen Items ist anders zu gewichten als eine verweigerte Antwort bei insgesamt 150 Fragen. Eine Möglichkeit diesem Problem zu begegnen, besteht darin, die maximale Anzahl möglicher Items als Standardisierungsgrundlage zu verwenden. Die Variable mit den absoluten Item-Nonresponses wird in eine Verhältnisvariable transformiert, welche Auskunft über den proportionalen Anteil der Item-Nonresponses gibt. Eine besondere Behandlung benötigen hierbei Fragen mit Mehrfachantwortmöglichkeiten. Um Nichtnennungen bei diesem Frageformat nicht irrtümlich als Item-

Nonresponse zu interpretieren, wurden für die folgenden Analysen die Mehrfachantwortfragen in eine binäre Variable transformiert. Diese gibt jeweils Auskunft darüber, ob geantwortet wurde oder nicht, unabhängig von der Anzahl der konkreten Antworten und der Anzahl der möglichen Nennungen. Nach dieser Datentransformation ergibt sich ein Range der Gesamtstichprobe bezüglich der maximal möglichen Itemanzahl zwischen maximal 68 und maximal 76 möglichen Items. Damit ist eine Standardisierung von Item-Nonresponse an der maximalen Itemanzahl indiziert. Der Befund, dass die Verteilungen nicht bei allen Erhebungsmodi gleich sind – wie aus Abbildung 2 ersichtlich – erhöht noch einmal die Notwendigkeit einer Standardisierung. Die Verteilung der standardisierten Item-Nonresponseanteile ist in Abbildung 3 dargestellt. Es ist ersichtlich, dass 43,8% der Stichprobe keine bzw. weniger als ein Prozent und 80,9% der Stichprobe weniger als 3% Item-Nonresponseanteil aufweisen. Ebenso ist jedoch der Abbildung 3 zu entnehmen, dass auch einzelne Probanden mit bis zu 30% Item-Nonresponseanteil in der Gesamtstichprobe vorkommen.

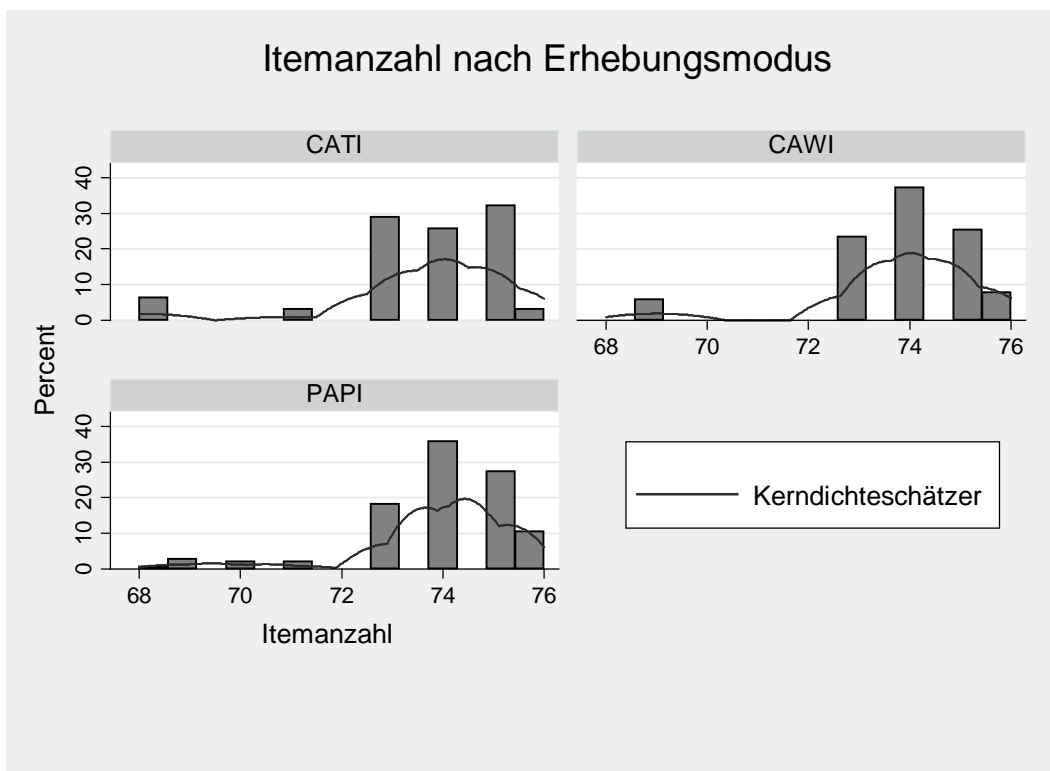


Abbildung 2: Verteilung maximale Itemanzahl nach Erhebungsmodus

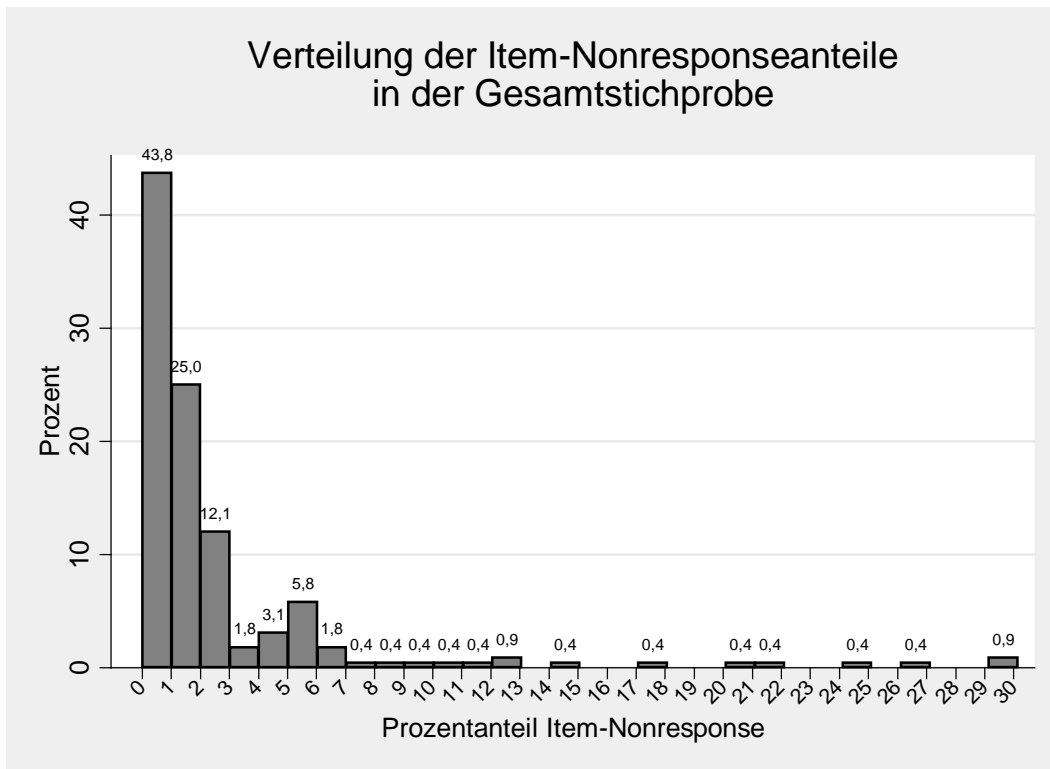


Abbildung 3: Verteilung der Item-Nonresponseanteile in der Gesamtstichprobe

Im nächsten Schritt wurden zentrale Kennzahlen der Substichproben bezüglich der Item-Nonresponseanteile berechnet und in Tabelle 6 dargestellt. Anhand des Vergleichs des arithmetischen Mittels kann die Hypothese, welche besagt, dass CATI insgesamt weniger Item-Nonresponse generiert als CAWI oder eine schriftlich-postalische Befragung, bestätigt werden. Bei einem mittleren Item-Nonresponseanteil von 0,7 Prozent und einem Range von 0 bis 4 zeigt sich eindrücklich die positive Wirkung der Präsenz eines Interviewers bzw. Interviewerin. In Tabelle 6 ist ebenfalls vermutungskonform ersichtlich, dass der schriftlich-postalische Follow-Up die höchsten Item-Nonresponsewerte aufweist.

Tabelle 6: Vergleich Anteil Item-Nonresponse nach Erhebungsmodus

	Mittelwert	Item-Nonresponseanteil		
		Standard- abweichung	Min.	Max.
CATI	0,7	1,1	0,0	4,1
CAWI	2,4	5,5	0,0	26,3
PAPI	2,9	4,8	0,0	30,1
Total	2,5	4,7	0,0	30,1

Auffällig ist jedoch der hohe Wert der Standardabweichung bei der CAWI-Stichprobe. Ein Boxplot legt offen, dass die bedeutend höheren Mittelwerte bezüglich des Item-Nonresponse

in der CAWI-Stichprobe vor allem auf einzelne Extremwerte zurückzuführen sind (vgl. Abbildung 4). Der schriftlich-postalische Follow-Up hingegen weist neben Extremfällen auch eine größere Varianz insgesamt auf.

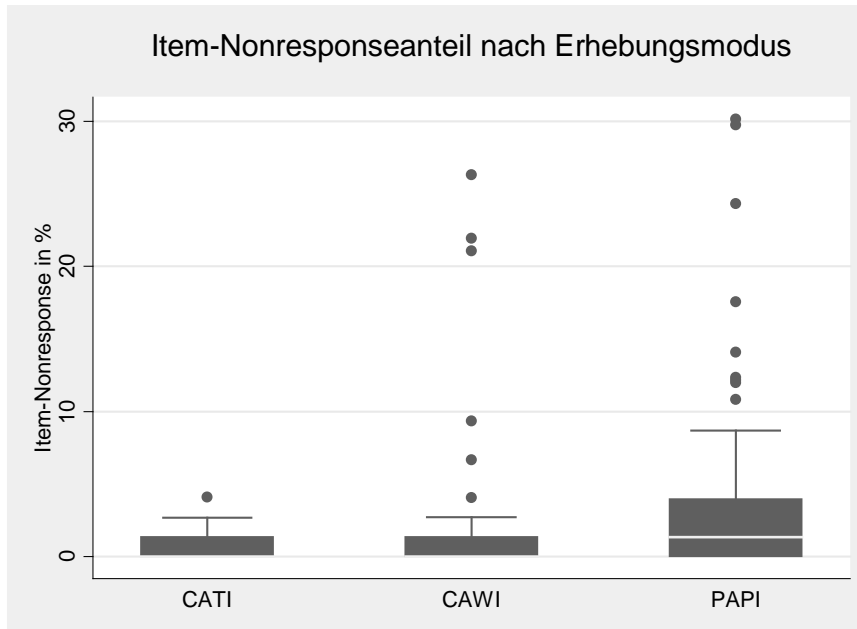


Abbildung 4: Verteilung Item-Nonresponse in %

Anhand einer ANOVA konnte eine schwache statistische Signifikanz auf dem Niveau $p < 0.10$ festgestellt werden. Ein post hoc Scheffé-Test legte auch hier offen, dass lediglich die PAPI- und die CATI-Stichprobe sich auf diesem Signifikanzniveau diskriminieren lassen. Wie bei den Geburtskohorten nimmt auch hier die CAWI-Stichprobe eine Zwischenstellung ein. Die statistische Signifikanz ist jedoch nicht das einzige wesentliche Kriterium. Bei der Beurteilung von Unterschieden muss ebenso – und vor allem bei geringen Stichprobenumfängen wie im vorliegenden Fall – die Bewertung der praktischen Relevanz berücksichtigt werden (Bortz/Döring 2006).

Um die Effektstärke der unterschiedlichen Erhebungsmodi auf den Item-Nonresponseanteil zu schätzen, wurden multivariate Modelle berechnet. Die abhängige Variable wurde bereits in Abbildung 3 dargestellt. Aufgrund des Umstandes, dass der Wertebereich der abhängigen Variable durch die Standardisierung auf 0-100 begrenzt ist, wurde ein generalisiertes lineares Modell mit einer Binomialverteilung geschätzt (vgl. Christopher 2008). Zusätzlich wurden aufgrund der Rechtsschiefe der Verteilung robuste Standardfehler berechnet. Um eine Vergleichbarkeit der Effekte der unabhängigen Variablen und eine intuitive Interpretation der Koeffizienten zu ermöglichen, wurden die durchschnittlichen marginalen Effekte (engl.

average marginal effects, AME) ausgegeben. Die marginalen Effekte geben direkt die prozentuale Steigerung der Wahrscheinlichkeiten an, wenn die unabhängige Variable sich um eine Einheit verändert (vgl. Best/Wolf 2010).

In Modell 1 wurde zunächst geprüft, ob die unterschiedliche Höhe der möglichen Items einen Einfluss auf den Item-Nonresponse aufweist. Durch die Standardisierung wurde zwar eine Vergleichsbasis erstellt, dies schließt jedoch nicht aus, dass eine höhere Anzahl an Items einen unabhängigen Effekt auf das Item-Nonresponse-Verhalten hat. Es zeigt sich, dass dem nicht so ist, weder ist der Effekt signifikant, noch bedeutend.

Tabelle 7: Einfluss des Erhebungsmodus und des Mixed-Mode-Designs auf Item-Nonresponse (marginale Effekte)

	Modell 0 marg.Eff./ SE	Modell 1 marg.Eff ./SE	Modell 2 marg.Eff./ SE	Modell 3 marg.Eff./ SE
Konstante	-0,088*** (0,008)	-0,088*** (0,008)	-0,117*** (0,015)	-0,090*** (0,009)
max. mögliche Item-Anzahl (Gesamtmittelwertzentriert)		0,001 (0,002)	0,000 (0,002)	0,001 (0,002)
Online-Befragung Ref: Telefonbefragung			0,016** (0,008)	
schriftl.-Befragung Ref: Telefonbefragung			0,021*** (0,005)	
CAWI/PAPI- Mixed-Mode-Design Ref: CATI/PAPI- Mixed-Mode-Design				0,003 (0,006)
N	224	224	224	224
Log pseudolikelihood	-20,98	-20,98	-20,68	-19,69
AIC	0,196	0,205	0,220	0,229

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$

In Modell 2 wird zusätzlich der Erhebungsmodus kontrolliert. Hier zeigen sich im Gegensatz zur bivariaten Analyse signifikante Effekte. Der Modus der Online-Erhebung bedingt gegenüber einer Telefonbefragung statistisch signifikant mehr Item-Nonresponse. Der schriftlich-postalische Follow-Up weist zudem noch einmal stärkere, signifikante Effekte im Vergleich zur Telefonbefragung auf. Insgesamt sind die Effektstärken jedoch als gering einzustufen. Beim direkten Vergleich zwischen Telefonbefragung und schriftlich-postalischen Follow-Up steigt der Item-Nonresponseanteil um 2,1 Prozentpunkte. Online-Befragungen bedingen hingegen nur 1,5 Prozentpunkte mehr Item-Nonresponse als Telefonbefragungen. Dies bedeutet, dass bei 100 Fragen nicht einmal 2 Item-Nonresponse mehr bei einer Online-Befragung zu erwarten sind als bei einer Telefonbefragung. Hinzu kommt, dass dieser Effekt hauptsächlich

auf die in Abbildung 4 identifizierten Extremfälle zurückzuführen ist. Werden die drei Fälle mit den höchsten Item-Nonresponseanteilen (>20%) aus der Onlinestichprobe nicht berücksichtigt, sinkt die Effektstärke auf 0,003 und wird insignifikant.

Aufgrund des Umstandes, dass diese einflussreichen Fälle kein Datenfehler, sondern plausible Werte darstellen, ist in Bezug auf die Hypothesen zu konstatieren:

Die Hypothese H5a, nach der Telefonbefragungen insgesamt weniger Item-Nonresponse als Online-Befragungen bedingen, kann bestätigt werden.

Die Hypothese H5b, nach der der schriftlich-postalische Follow-Up die höchsten Item-Nonresponseraten aufweist, kann bestätigt werden.

Wird jedoch wie im Modell 3 nicht der Einfluss des Erhebungsmodus, sondern der des Mixed-Mode-Designs auf das Item-Nonresponse geprüft, zeigt sich, dass keinerlei statistisch signifikante Unterschiede zwischen CAWI+PAPI und CATI+PAPI beobachtet werden können. Ein Mittelwertvergleich in Tabelle 8 zeigt, dass der Vorteil der Telefonerhebung bezüglich des Item-Nonresponse durch deren geringeren Rücklauf fast vollständig verschwindet.

Tabelle 8: Vergleich Anteil Item-Nonresponse nach Mixed-Mode-Design

	Mittelwert	Item-Nonresponseanteil Standard- abweichung	Min.	Max.
CATI+FB	2,3	4,2	0,0	29,7
CAWI+FB	2,6	5,2	0,0	30,1
Total	2,5	4,7	0,0	30,1

Vor diesem Hintergrund ist festzuhalten, dass ein Mixed-Mode-Design aus Telefon-Befragung und schriftlich-postalischem Follow-Up durch den höheren Anteil an Daten aus dem schriftlich-postalischen- Follow-Up keine Vorteile bezüglich des Item-Nonresponse hat gegenüber einem Design, welches eine Online-Befragung mit einem schriftlich-postalischem Follow-Up kombiniert.

Wie bereits erwähnt, kann nicht ausgeschlossen werden, dass der höhere Item-Nonresponse beim schriftlich-postalischen Follow-Up nicht aus dem Erhebungsmodus an sich resultiert, sondern aus dem Umstand, dass dieser die letzte Welle im Gesamtdesign darstellt. Es könnte vermutet werden, dass ein verzögertes Antwortverhalten prinzipiell mit einem höheren Item-Nonresponse in Verbindung steht. Analysen diesbezüglich bei der vorangegangenen Studie „Elterliche Einrichtungswahl 2010“ sprechen gegen einen solchen Zusammenhang. Weder die

Erhebungswelle noch der Zeitpunkt hatten einen signifikanten Einfluss auf den Grad des Item-Nonresponse (vgl. Eulenberger u.a. 2012). Auch Analysen mit der Online-Stichprobe⁸ der vorliegenden Untersuchung bestätigen diesen Befund. Die Varianz der Zugriffszeitpunkte (gemessen in Tagen) hat keinerlei signifikanten Einfluss auf den Item-Nonresponseanteil.

Ein weiterer Punkt, den es zu prüfen gilt, ist die Vermutung, dass CATI durch die Interviewerpräsenz höhere Item-Nonresponse bei sensiblen und geringeren Item-Nonresponse bei offenen Fragen generiert. Die sensibelste Frage „*Wenn man mal alle Einkünfte zusammennimmt: Wie hoch ist das monatliche Haushaltseinkommen aller Haushaltsmitglieder?*“ ist bei der vorliegenden Erhebung auch zugleich eine offene Frage. Weiter wurde offen gefragt: „*Welche berufliche Tätigkeit üben Sie derzeit hauptsächlich aus?*“, „*Welche berufliche Tätigkeit übt Ihr Partner / Ihre Partnerin derzeit hauptsächlich aus?*“, und „*In welchem Jahr wurden Sie geboren?*“

In Tabelle 9 sind die Anteile von Item-Nonresponse nach Erhebungsmodus dargestellt.

Tabelle 9: Item-Nonresponse bei offenen Fragen nach Erhebungsmodus

	Missinganteil bei offenen Fragen		
	CATI	CAWI	PAPI
Item-Nonresponse bei Einkommensangabe	9,7%	9,8%	21,1%
Item-Nonresponse bei eigener Berufsangabe	0,0%	0,0%	4,2%
Item-Nonresponse bei Berufsangabe Partner	0,0%	0,0%	2,8%
Item-Nonresponse bei Geburtsjahr	0,0%	5,9%	4,2%

„Die Einkommensfrage zählt in Umfragen zu den „heiklen“ Fragen und ist in normalen Umfragen häufig mit einem hohen Item-Nonresponse behaftet.“ (Schimpl-Neimanns 1998, S. 101; vgl. auch Schnell 1986). Auch bei der vorliegenden Untersuchung lässt sich bei der offenen Einkommensfrage ein hoher Item-Nonresponse feststellen. Den höchsten Wert – 21,1% – weist hierbei der schriftlich-postalische Follow-Up auf, während CAWI und CATI bei ca. 10% nur halb soviel Verweigerungen verzeichnen. Bei den Berufsangaben weisen CAWI und CATI gar kein Item-Nonresponse auf.⁹ Lediglich bei der Geburtsjahrsangabe bestehen starke Differenzen zwischen Online-Erhebung und Telefonbefragung.

⁸ Diese Analysen konnten nur sinnvoll mit der Online-Substichprobe berechnet werden. Bei der Telefonstichprobe fällt der Zeitpunkt der Rückmeldung der Telefonnummer mit der eigentlichen Erhebung auseinander. Bei der Substichprobe des schriftlich-postalischen Follow-Ups konnte eine große Menge der Rückläufe keinem Zeitpunkt zugeordnet werden, weil kein Poststempel vorhanden war.

⁹ Die Missings bei der ISEI-Zuordnung gehen somit nicht auf eine Verweigerung zurück, sondern entstehen hauptsächlich aufgrund ungenauer Angaben bzw. des noch nicht erfolgten Eintritts ins Erwerbsleben (z.B. Studium, Ausbildung).

Insgesamt kann festgehalten werden, dass der schriftlich-postalische Follow-Up bei offenen und sensiblen Fragen höhere Item-Nonresponse induziert als Telefon- und Online-Befragung. Der Unterschied zwischen den beiden letztgenannten Modi ist bis auf die Geburtsjahrangabe faktisch null.

Die Hypothese H5c, nach der schriftliche Befragungen einen höheren Item-Nonresponse bei offenen Fragen aufweisen, kann nicht bestätigt werden.

Die Hypothese H5d, nach der Telefonbefragungen bei sensiblen Fragen einen höheren Item-Nonresponse als Online-Befragungen bedingen, kann verworfen werden.

3.3.4 Antwortverhalten

Wie im Kapitel 2.3 dargelegt, zeigten sich in etlichen Untersuchungen signifikante Differenzen im Antwortverhalten zwischen verschiedenen Erhebungsmodi. Dies ist besonders bei Mixed-Mode-Untersuchungen bedeutsam, da hier Reliabilitätsprobleme beim Wechsel zwischen verschiedenen Befragungsformen entstehen können (vgl. Kapitel 2.2.2). Um zu überprüfen, ob systematische Unterschiede zwischen den Erhebungsmodi zu verzeichnen sind, wurden die Antworten bezüglich der im Fragebogen abgefragten Auswahlmotive (18 Items) mittels T-Test und Cohan's D miteinander verglichen.

Während der T-Test die Signifikanz eines Unterschieds ermitteln soll, bildet das Cohan's D die Effektstärke ab. Jacob Cohan selbst schlägt eine Klassifizierung vor (Cohen 1988, S. 25f), nach der Werte von 0,2 als schwache Effekte, Werte von 0,5 als mittlere Effekte und Werte von 0,8 als starke Effekte interpretiert werden. Das hier verwendete Cohans's D-Maß, ist das korrigierte Maß für ungleiche Stichprobengrößen (vgl. Rosnow/Rosenthal/Rubin 2000).

In Tabelle 10 zeigt sich im direkten Vergleich von CATI und CAWI, dass erhebliche Unterschiede bestehen. Aufgrund des Umstandes, dass die Bewertung der Entscheidungsgründe mit 1 = sehr wichtig bis 4 = gar nicht wichtig codiert wurde, besagt eine positive Mittelwertdifferenz, dass eher ablehnend geantwortet wurde. Eine Mittelwertdifferenz von 0,84 beim Vergleich von CATI und CAWI bezüglich der Wichtigkeit der Empfehlung von anderen Eltern besagt, dass die CATI-Probanden dies systematisch als weniger wichtig kennzeichneten als die CAWI-Probanden. Die Mehrzahl der Items weist statistisch signifikante Unterschiede mit mittlerer bis starker Effektstärke auf. Zudem zeigt sich, dass bis auf ein Item CAWI geringere Mittelwerte aufweist als CATI. Werden die Standardabweichungen (nicht dargestellt) vergli-

chen, zeigt sich, dass 15 der 18 Items in der CATI-Stichprobe höhere Werte aufweisen als in der CAWI-Stichprobe.

Noch einmal deutlicher fällt der Vergleich zwischen CATI und schriftlich-postalischen Follow-Up aus. Hier sind lediglich vier Differenzen nicht signifikant. Bis auf zwei Items sind auch bei diesem Vergleich die Standardabweichungen von CATI größer als bei PAPI. Zudem zeigt sich hier eine analoge Effektrichtung zum Vergleich von CATI und CAWI.

Wird hingegen CAWI mit PAPI verglichen, zeigen sich keinerlei statistisch signifikante Unterschiede. Auch der Vergleich der Standardabweichungen ergibt folglich kaum größere Differenzen.

In der Gesamtschau der Vergleiche scheint sich eine Systematik anzudeuten. CATI scheint systematisch höhere Mittelwerte und höhere Standardabweichungen als PAPI oder CAWI zu generieren. Worauf dies letztendlich zurückzuführen ist, kann an dieser Stelle nicht eindeutig beantwortet werden. Jedoch liegt die Vermutung nahe, dass diese Diskrepanzen auf die Kommunikationsform zurückzuführen sind. Dies würde auch erklären, warum zwischen CAWI und PAPI keinerlei nennenswerte Unterschiede im Antwortverhalten beobachtbar sind.

Wenn diese systematischen Unterschiede auf die Kommunikationsform zurückführbar sind – und vieles spricht für diese Interpretation – wäre sowohl ein Mixed-Mode-Design, welches CATI mit CAWI verbindet als auch ein Design, was CATI mit einem schriftlich-postalischen Follow-Up kombiniert, mit erheblichen Reliabilitätsproblemen konfrontiert. Gerade bei Zusammenhangsanalysen müsste die Erhebungsmethode immer mit kontrolliert werden, um inhaltliche Effekte von methodeninduzierten Effekten statistisch trennen zu können. Während sich dies bei sogenannten Haupteffekten noch relativ problemlos umsetzen ließe, stößt dieses Vorgehen bei der Berechnung von Interaktionseffekten schnell an seine Grenzen.

Bei einem Design aus Online-Befragung und einem schriftlich-postalischen Follow-Up sind nach Datenlage keine systematischen Methodeneffekte zu erwarten. Keine Differenz zwischen CAWI und schriftlich-postalischen Follow-Up ist signifikant und lediglich bei zwei Items zeigt sich eine schwache Effektstärke. Es lässt sich somit festhalten, dass nicht ein Wechsel des Erhebungsmodus per se Differenzen produziert, sondern vor allem der Wechsel zwischen schriftlicher und mündlicher Kommunikation.

Tabelle 10: Mittelwertdifferenzen und Effektstärken im Antwortverhalten zwischen den Erhebungsmodi

	CATI-CAWI				CAWI-PAPI				CATI-PAPI			
	Mittelwertdiff.	Sig. (T-test)	Cohen's D		Mittelwertdiff.	Sig. (T-test)	Cohen's D		Mittelwertdiff.	Sig. (T-test)	Cohen's D	
Empfehlung durch andere Eltern oder Freunde	0,84	0,00	0,94		0,12	0,40	0,14		0,96	0,00	1,13	
Gute Vorbereitung auf den Übergang in anschließende Hochschul- und Ausbildungseinrichtungen	0,63	0,00	0,67		0,10	0,41	0,14		0,73	0,00	0,91	
Wunsch meines Kindes	0,49	0,00	0,68		0,03	0,79	0,05		0,52	0,00	0,76	
Ältere Geschwister und/oder Familienangehörige besuchen bereits die Schule	-0,11	0,69	-0,09		-0,04	0,86	-0,03		-0,15	0,54	-0,13	
Freundinnen/Freunde meines Kindes werden auch diese Schule besuchen	0,41	0,10	0,39		0,06	0,73	0,06		0,47	0,02	0,45	
Gute Erreichbarkeit der Schule/ kurzer Schulweg	0,26	0,27	0,26		0,16	0,25	0,20		0,42	0,03	0,45	
Ausstattung der Schule mit modernen Lehrmitteln	0,89	0,00	1,13		-0,08	0,52	-0,11		0,81	0,00	1,05	
Ein guter Ruf der Schule	0,17	0,28	0,25		0,16	0,09	0,28		0,33	0,01	0,53	
Kinder in anderen Gymnasien hätten einen schlechten Einfluss auf mein Kind	0,42	0,07	0,43		-0,02	0,90	-0,02		0,40	0,03	0,45	
Schule hat ein hohes Leistungsniveau	0,46	0,03	0,52		0,03	0,78	0,05		0,49	0,00	0,63	
Lerngruppen mit wenig Erziehungs- oder Lernproblemen	0,2	0,01	0,63		0,01	0,94	0,01		0,63	0,00	0,77	
Täglich verlässliches Ganztagsangebot in festen Zeiten über die Unterrichtszeit hinaus	0,24	0,35	0,22		-0,01	0,96	-0,01		0,23	0,28	0,22	
Anderer in Frage kommende Gymnasien haben einen schlechten Ruf	0,94	0,00	1,11		-0,12	0,43	-0,13		0,82	0,00	0,98	
Betonung der konfessionellen Ausrichtung der Schule	0,36	0,02	0,54		0,17	0,21	0,22		0,53	0,00	0,70	
Trägerschaft der Schule (privat, kommunal usw.)	0,04	0,86	0,04		0,07	0,67	0,07		0,11	0,57	0,11	
Eine zu mir/ uns passende Elternschaft	0,10	0,65	0,11		0,08	0,60	0,09		0,18	0,34	0,19	
Empfehlung von Lehrerinnen und Lehrern	0,57	0,02	0,58		-0,06	0,69	-0,07		0,52	0,00	0,58	
Das besondere pädagogische Profil der Schule (bilingual, sprachlich, naturwissenschaftlich ...)	0,58	0,02	0,57		0,12	0,42	0,14		0,69	0,00	0,77	

grau = $p < 0.05$

Dieser Effekt dokumentiert sich auch in den Arbeiten von Monika Taddicken (2009a, S. 99/100). Somit scheint die Kommunikationsform (schriftlich vs. mündlich) die wesentlichere Dimension zu sein als der Erhebungsmodus an sich. Ein Untersuchungsplan, welcher die rücklaufquotensteigernde Wirkung eines Mixed-Mode-Designs nutzen will, sollte demnach um Reliabilitätsprobleme zu vermeiden, ein und dieselbe Kommunikationsform – als entweder schriftlich oder mündlich – verwenden.

Somit kann festgehalten werden:

Die Hypothese H6a, nach der deutliche Differenzen zwischen der mündlichen Telefonbefragung und der schriftlichen Online-Befragung im Antwortverhalten bestehen, kann bestätigt werden.

Die Hypothese H6b, nach der keine deutlichen Differenzen zwischen der schriftlichen Online-Befragung und dem schriftlich-postalischen Follow-Up im Antwortverhalten existieren, kann bestätigt werden.

4 Schlussbetrachtung

In dieser Untersuchung wurde der Frage nachgegangen, ob Online-Erhebungen in Kombination mit einem schriftlich-postalischen Follow-Up für Befragungen mit Fokus auf ressourcenstarke Haushalte bezüglich der Wahl von Bildungseinrichtungen eine probate Option darstellen. Hierfür wurde geprüft, inwiefern sich Daten aus Telefon- und Onlinebefragungen hinsichtlich der Rücklaufquoten, der Coverage und des Item-Nonresponse unterscheiden.

Es konnte diesbezüglich festgestellt werden, dass Online-Erhebungen gegenüber Telefonbefragungen einen höheren Rücklauf aber auch einen durchschnittlich höheren Item-Nonresponse induzieren. Vergleicht man die Geburtskohortenstruktur und die Verteilung des Merkmals des höchsten sozioökonomischen Status im Haushalt zwischen der CAWI- und der CATI-Stichprobe, zeigen sich keine nennenswerten Unterschiede in der Zusammensetzung.

Dieser Umstand kann dahin gehend interpretiert werden, dass die fokussierte Zielpopulation – Eltern von Kindern, die das Gymnasium besuchen – weitestgehend über einen Internetzugang verfügen.

Auch wenn, wie bereits erwähnt, die Online-Erhebung höhere Rücklaufquoten als die CATI-Erhebung aufweist, zeigte sich bei dieser Erhebungsform – und noch einmal deutlich stärker bei CATI – die Notwendigkeit eines Mixed-Mode-Designs um akzeptable Gesamtrückläufe

generieren zu können. Erst durch die Kombination mit einem schriftlich-postalischem Follow-Up können Rücklaufquoten generiert werden, die als akzeptabel angesehen werden können. Bei CAWI konnte durch den Erhebungsmoduswechsel der Rücklauf mehr als verdoppelt werden, bei CATI sogar um mehr als das dreifache.

Vor dem Hintergrund der Notwendigkeit eines Mixed-Mode-Designs relativiert sich der Vorteil von CATI-Befragungen bezüglich des Item-Nonresponse. Werden die zwei Mixed-Mode-Designs – CATI + PAPI und CAWI + PAPI – miteinander verglichen, lösen sich die Vorteile der Telefonbefragung bezüglich des Item-Nonresponse fast vollständig auf. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Stichprobe des schriftlich-postalischen Follow-Ups bei allen untersuchten Kriterien die schlechtesten Werte aufwies.

Würden nur diese Punkte bei einer Wahl zwischen einem Mixed-Mode-Design mit Telefonbefragung und schriftlich-postalischen Follow-Up und einer Online-Erhebung mit einem analogen Follow-Up berücksichtigt werden, wäre es gleich, welches Design gewählt werden würde. Bezieht man hingegen den Aspekt des Antwortverhaltens mit in die Entscheidung ein, kann dies nicht mehr aufrechterhalten werden. Es zeigten sich erhebliche Methodeneffekte zwischen der CATI- und der PAPI-Stichprobe. Beim Vergleich der Daten zwischen CAWI und PAPI wurden so gut wie keine Methodeneffekte registriert. Dies wurde auf die unterschiedlichen Kommunikationsformen zurückgeführt. Demnach ist ein Wechsel zwischen mündlicher und schriftlicher Kommunikation bei einer Erhebung mit bedeutend höheren Reliabilitätsproblemen konfrontiert als Erhebungsdesigns, welche zwar den Erhebungsmodus wechseln aber nicht die Kommunikationsform.

In der Gesamtschau lässt sich somit konstatieren, dass wenn die Forschungsfrage Zusammenhangsanalysen bei Haushalten mit Kindern bezüglich der Bildungseinrichtungswahl umfasst, Online-Erhebungen in Kombination mit einem schriftlich-postalischen Follow-Up nicht nur ein mögliches, sondern das zu favorisierende Erhebungsdesign darstellt. Somit ist mit Cook, Heath und Thompson (2000, S. 833) zu konstatieren: “The potential of the electronic survey is too great to be ignored.”

Literaturverzeichnis

Archer, Thomas M. (2007): Characteristics Associated with Increasing the Response Rates of Web-Based Surveys. In: Practical Assessment, Research & Evaluation 12, S. 1-9.

Bandilla, Wolfgang u.a. (2009): Coverage- und Nonresponse-Effekte bei Online-Bevölkerungsumfragen. In: Jakob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.): Sozialforschung im Internet. 129-143.

Barrios, Maite u.a. (2011): Response Rates and Data Quality in Web and Mail Surveys Administered to PhD Holders. In: Social Science Computer Review 29, S. 208-220.

Bates, Nancy: Internet versus Mail as a Data Collection Methodology from a High-Coverage Population. 2001, url:
<http://www.amstat.org/sections/srms/proceedings/y2001/Proceed/00311.pdf>, (Stand: 10.10.2012).

Batinic, Bernad u.a. (Hrsg.)(1999): Online-Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse. Göttingen.

Baur, Nina/ Florian, Michael J. (2009): Stichprobenprobleme bei Online-Umfragen. In: Jakob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.): Sozialforschung im Internet. Wiesbaden, S. 109-128.

Becker, Rolf (2007): Soziale Ungleichheit von Bildungschancen und Chancengerechtigkeit. In: Becker, Rolf/ Lauterbach, Wolfgang (Hrsg.): Bildung als Privileg. Erklärungen und Befunde zu den Ursachen der Bildungsungleichheit. Wiesbaden, S. 157-185.

Best, Henning/ Wolf, Christof (2010): Logistische Regression. In: Wolf, Christof/ Best, Henning (Hrsg.): Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse. Wiesbaden, S. 827-854.

Bieber, Ina Elisabeth/ Bytzek, Evelyn (2012): Online-Umfragen: Eine geeignete Erhebungsmethode für die Wahlforschung? Ein Vergleich unterschiedlicher Befragungsmodi am Beispiel der Bundestagswahl 2009. In: Methoden – Daten – Analysen 6, S. 185-210.

BMFSFJ (Hrsg.)(2002): 11. Kinder und Jugendbericht

Bortz, Jürgen/ Döring, Nicola (2006): Forschungsmethoden und Evaluation. Für Human- und Sozialwissenschaftler. Heidelberg.

Christian, Leah Melani/ Dillman, Don A./ Smyth, Jolene D. (2007): The Effects of Mode and Format on Answers to Scalar Questions in Telephone and Web Surveys. In: Lepkowski, James M. u.a. (Hrsg.): Advances in Telephone Survey Methodology. 250-275.

- Christopher, F. Baum (2008): Stata tip 63: Modeling proportions. In: Stata Journal 8, S. 299-303.
- Cobanoglu, Cihan/ Warde, Bill/ Moreo, Patrick J. (2001): A comparison of mail, fax and web-based survey methods. In: International Journal of Market Research 43, S. 441-452.
- Cohen, Jacob (1988): Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences. Hillsdale.
- Cook, Colleen/ Heath, Fred/ Thompson, Russel L. (2000): A Meta-Analysis of Response Rates in Web- or Internet-Based Surveys. In: Educational and Psychological Measurement 60, S. 821-836.
- Couper, Mick P. (2000): Web Surveys. A Review of Issues and Approaches. In: Public Opinion Quarterly 64, S. 464-494.
- Couper, Mick P./ Coutts, Elisabeth (2006): Online-Befragung. Probleme und Chancen verschiedener Arten von Online-Erhebungen. In: Diekmann, Andreas (Hrsg.): Methoden der Sozialforschung. Wiesbaden, S. 217-243.
- Denscombe, Martyn (2009): Item non-response rates: a comparison of online and paper questionnaires. In: International Journal of Social Research Methodology 12, S. 281-291.
- Diekmann, Andreas (2009): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck b.H.
- Dillman, Don A. u.a. (2009): Response rate and measurement differences in mixed-mode surveys using mail, telephone, interactive voice response (IVR) and the Internet. In: Social Science Research 38, S. 1-18.
- Dillman, Don A./ Smyth, Jolene D./ Christian, Leah Melani (2009): Internet, mail, and mixed-mode surveys: the tailored design method. Hoboken, NJ.
- Ditton, Hartmut (1992): Ungleichheit und Mobilität durch Bildung. Theorie und empirische Untersuchung über sozialräumliche Aspekte von Bildungsentscheidungen. Weinheim.
- Eulenberger, Jörg u.a. (2012): Elterliche Einrichtungswahl 2010. Online-Befragungen als Möglichkeit der Untersuchung von Bildungsentscheidungen. Der Hallesche Graureiher. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg.
- Ganzeboom, Harry B. G./ Graaf, Paul M. de/ Treiman, Donald J. (1992): A Standard International Socio-Economic Index of Occupational Status. In: Social science research 21, S. 1-56.
- Gräf, Lorenz (2010): Online-Befragung. Eine praktische Einführung für Anfänger. Berlin u.a.
- Infas/ TNS Infratest (2009): Bericht. DJI-Survey „Aufwachsen in Deutschland: Alltagswelten (AIDA)“– Erhebung 2009 - Methodenbericht der Erhebungsinstitute: infas GmbH TNS Infratest Sozialforschung GmbH. München.
- Jackob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.)(2009): Sozialforschung im Internet. Methodologie und Praxis der Online-Befragung. Wiesbaden.

- Kreuter, Frauke/ Presser, Stanley/ Tourangeau, Roger (2008): Social Desirability Bias in CATI, IVR, and Web Surveys. The Effects of Mode and Question Sensitivity. In: *Public Opinion Quarterly* 72, S. 847–865.
- Kristen, Cornelia (2008): Primary School Choice and Ethnic School Segregation in German Elementary Schools. In: *European Sociological Review* 24, S. 495-510.
- Krüger, Heinz-Hermann u.a. (2012): Mechanismen der Elitebildung im deutschen Bildungssystem – Ausgangslage, Forschungsstand und –perspektiven. In: *Zeitschrift für Erziehungswissenschaft* 15, S. 327-343.
- Kwak, Nojin/ Radler, Barry (2002): A Comparison Between Mail and Web Surveys. Response Pattern, Respondent Profile, and Data Quality. In: *Journal of Official Statistics* 18, S. 257–273.
- Leeuw, Edith de/ Hox, Joop/ Scherpenzeel, Annette (2011): Mode Effect or Question Wording? Measurement Error in Mixed Mode Surveys. In: *JSM Proceedings, Survey Research Methods Section* S. 5959-5967.
- Maaz, Kai/ Baumert, Jürgen/ Trautwein, Ulrich (2010): Genese sozialer Ungleichheit im institutionellen Kontext der Schule. Wo entsteht und vergrößert sich soziale Ungleichheit? In: Baumert, Jürgen/ Maaz, Kai/ Trautwein, Ulrich (Hrsg.): *Bildungsentscheidungen*. Wiesbaden, S. 11-46.
- Marcus, Bernd u.a. (2007): Compensating for Low Topic Interest and Long Surveys: A Field Experiment on Nonresponse in Web Surveys. In: *Social Science Computer Review* 25, S. 372-383.
- Maurer, Marcus/ Jandura, Olaf (2009): Masse statt Klasse? Einige kritische Anmerkungen zu Repräsentativität und Validität von Online-Befragungen. In: Jakob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet*. Wiesbaden, S. 61-73.
- Millar, Morgan M./ Dillman, Don A. (2011): Improving Response To Web and Mixed-Mode Surveys. In: *Public Opinion Quarterly* 75, S. 249-269.
- Müller, Walter/ Pollak, Reinhard (2007): Weshalb gibt es so wenige Arbeiterkinder in Deutschlands Universitäten? In: Becker, Rolf/ Lauterbach, Wolfgang (Hrsg.): *Bildung als Privileg. Erklärungen und Befunde zu den Ursachen der Bildungsungleichheit*. Wiesbaden, S. 303-342.
- Porter, Stephen R./ Whitcomb, Michael E. (2003): The Impact of Contact Type on Web Survey Response Rates. In: *Public Opinion Quarterly* 67, S. 579-588.
- Pötschke, Manuela (2009): Potentiale von Online-Befragungen: Erfahrungen aus der Hochschulforschung. In: Jakob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.): *Sozialforschung im Internet*. Wiesbaden, S. 75-89.
- Riedel, Andrea u.a. (2010): School Choice in German Primary Schools. How Binding are School Districts? In: *Journal für Bildungsforschung Online* 2, S. 94-120.

Rosnow, Ralph L./ Rosenthal, Robert/ Rubin, Donald B. (2000): Contrasts and correlations in effect-size estimation. In: Psychological Science 11, S. 446-453.

Schimpl-Neimanns, Bernhard (1998): Analysemöglichkeiten des Mikrozensus. In: ZUMA-Nachrichten 42, S. 91-119.

Schnell, Rainer (1986): Missing-Data-Probleme in der empirischen Sozialforschung. Bochum.

Schnell, Rainer (2012): Survey-Interviews. Methoden standardisierter Befragungen. Wiesbaden.

Schonlau, Matthias/ Fricker, Ronald D./ Elliott, Marc N. (2002): Conducting Research Surveys via E-mail and the Web. Santa Monica.

Shih, Tse-Hua/ Xitao, Fan (2008): Comparing Response Rates from Web and Mail Surveys. A Meta-Analysis. In: Field Methods 20, S. 249-271.

Smyth, Jolene D. u.a. (2010): Using the Internet to Survey Small Towns and Communities. Limitations and Possibilities in the Early 21st Century. In: American Behavioral Scientist 53, S. 1423-1448.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.)(2011): Datenreport 2011. Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland. Bonn.

Suter, Peter (2013): Determinanten der Schulwahl Elterliche Motive für oder gegen Privatschulen. Wiesbaden.

Taddicken, Monika (2009a): Die Bedeutung von Methodeneffekten der Online-Befragung. Zusammenhänge zwischen computervermittelter Kommunikation und erreichbarer Datengüte. In: Jakob, Nikolaus/ Schoen, Harald/ Zerback, Thomas (Hrsg.): Sozialforschung im Internet. Wiesbaden, S. 91-107.

Taddicken, Monika (2009b): Methodeneffekte von Web-Befragungen. Soziale Erwünschtheit vs. Soziale Entkontextualisierung. In: Weichbold, Martin/ Bacher, Johann/ Wolf, Christof (Hrsg.): Umfrageforschung. Wiesbaden, S. 85-104.

Tuten, Tracy L./ Urban, David J./ Bosnjak, Michael (2002): Internet surveys and data quality. a review. In: Batinic, Bernad (Hrsg.): Online social sciences. Seattle u.a., S. 7-26.

Yeager, David S. u.a. (2011): Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-Probability Samples. In: Public Opinion Quarterly 75, S. 1–39.

Anhang

- Anschreiben
- Erinnerungsschreiben
- Fragebogen (CAWI- und CATI-Fragebogen wurden nach dieser Vorlage erstellt.)



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Philosophie Fakultät I
Sozialwissenschaften und historische
Kulturwissenschaften
Institut für Soziologie
Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Geschäftsführender Institutsdirektor

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 06099 Halle (Saale)

Liebe Eltern,

vor nicht allzu langer Zeit mussten Sie eine weitreichende Entscheidung für die Zukunft Ihres Kindes treffen: Welche Schule soll mein Kind mit Beginn der 5. Klasse besuchen? Über diese Entscheidung möchten wir gern mehr wissen und nur Sie als Experten Ihrer selbst können uns darüber Auskunft geben. Wir möchten die Absichten, Wünsche und Sorgen der Eltern besser verstehen. Die Erkenntnisse sollen bildungspolitischen Entscheidungsträgern helfen bei ihren Planungen, die Wünsche und Bedürfnisse der Eltern zielgenauer berücksichtigen zu können.

Ich wende mich mit der Bitte an Sie, sich an unserem wissenschaftlichen Forschungsprojekt: "Regionale Bildung: Zum Passungsverhältnis von individueller Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot" zu beteiligen. Dieses Forschungsprojekt wird mit Genehmigung des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt vom Institut für Soziologie der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg durchgeführt.

Dieses Anschreiben wurde nach Absprache mit der Schule Ihres Kindes über deren Adressenverteiler an Sie versandt. Ihre Kontaktdaten sind somit unserer Forschergruppe weder bekannt noch zugänglich.

Da wir gerne mit Ihnen ein ca. 15-minütiges Telefoninterview bezüglich der Umstände Ihrer Schulwahlentscheidung führen möchten, möchte ich Sie bitten, uns in dem beigelegten Antwortschreiben eine Telefonnummer mitzuteilen, unter der wir Sie – für Sie kostenfrei – erreichen können.

Ich versichere Ihnen, dass Ihre Antworten und Daten streng vertraulich und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Forschungsprojekts verwendet werden. Sämtliche personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Untersuchung nach den gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz behandelt und nach Abschluss der Studie unwiederbringlich gelöscht.

Die Teilnahme ist absolut freiwillig und bei Nichtbeantwortung entstehen weder Ihnen noch Ihrem Kind irgendwelche Nachteile.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie sich gern an mich oder an meinen Mitarbeiter Herrn Eulenberger wenden. Sie erreichen mich telefonisch unter 0345 5524252 oder über die E-Mailadresse reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de. Meinen Mitarbeiter erreichen Sie unter 0345 5524257 oder über die E-Mailadresse joerg.eulenberger@soziologie.uni-halle.de.

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

Postanschrift:
06099 Halle (Saale)
Hausanschrift:
Adam-Kuckhoff-Str. 41
06108 Halle (Saale)

Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Tel. 0345 55-24252
Fax. 0345 55-27150

e-mail:
reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de

Internet:
www.soziologie.uni-halle.de



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Philosophie Fakultät I
Sozialwissenschaften und historische
Kulturwissenschaften
Institut für Soziologie
Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Geschäftsführender Institutsdirektor

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 06099 Halle (Saale)

Liebe Eltern,

vor nicht allzu langer Zeit mussten Sie eine weitreichende Entscheidung für die Zukunft Ihres Kindes treffen: Welche Schule soll mein Kind mit Beginn der 5. Klasse besuchen? Über diese Entscheidung möchten wir gern mehr wissen und nur Sie als Experten Ihrer selbst können uns darüber Auskunft geben. Wir möchten die Absichten, Wünsche und Sorgen der Eltern besser verstehen. Die Erkenntnisse sollen bildungspolitischen Entscheidungsträgern helfen bei ihren Planungen, die Wünsche und Bedürfnisse der Eltern zielgenauer berücksichtigen zu können.

..... Ich wende mich mit der Bitte an Sie, sich an unserem wissenschaftlichen Forschungsprojekt: "Regionale Bildung: Zum Passungsverhältnis von individueller Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot" zu beteiligen. Dieses Forschungsprojekt wird mit Genehmigung des Kultusministeriums des Landes Sachsen-Anhalt vom Institut für Soziologie der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg durchgeführt.

Dieses Anschreiben wurde nach Absprache mit der Schule Ihres Kindes über deren Adressenverteiler an Sie versandt. Ihre Kontaktdaten sind somit unserer Forschergruppe weder bekannt noch zugänglich.

Auf diesem Weg möchten wir Sie bitten im Internet unter folgender Adresse an unserer Online-Befragung teilzunehmen. Der Link zur Umfrage lautet:

www.soziologie.uni-halle.de/bildungsumfrage

Da wir die Sicherheit der von Ihnen gegebenen Antworten gewährleisten wollen, benötigen Sie folgenden persönlichen Zugangscode:

Die Umfrage wird nur ca. 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Ich versichere Ihnen, dass Ihre Antworten und Daten streng vertraulich und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Forschungsprojekts verwendet werden. Sämtliche personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Untersuchung nach den gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz behandelt und nach Abschluss der Studie unwiederbringlich gelöscht.

Die Teilnahme ist absolut freiwillig und bei Nichtbeantwortung entstehen weder Ihnen noch Ihrem Kind irgendwelche Nachteile.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie sich gern an mich oder an meinen Mitarbeiter Herrn Eulenberger wenden. Sie erreichen mich telefonisch unter 0345 5524252 oder über die E-Mailadresse reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de. Meinen Mitarbeiter erreichen Sie unter 0345 5524257 oder über die E-Mailadresse joerg.eulenberger@soziologie.uni-halle.de.

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und verbleibe mit freundlichen Grüßen

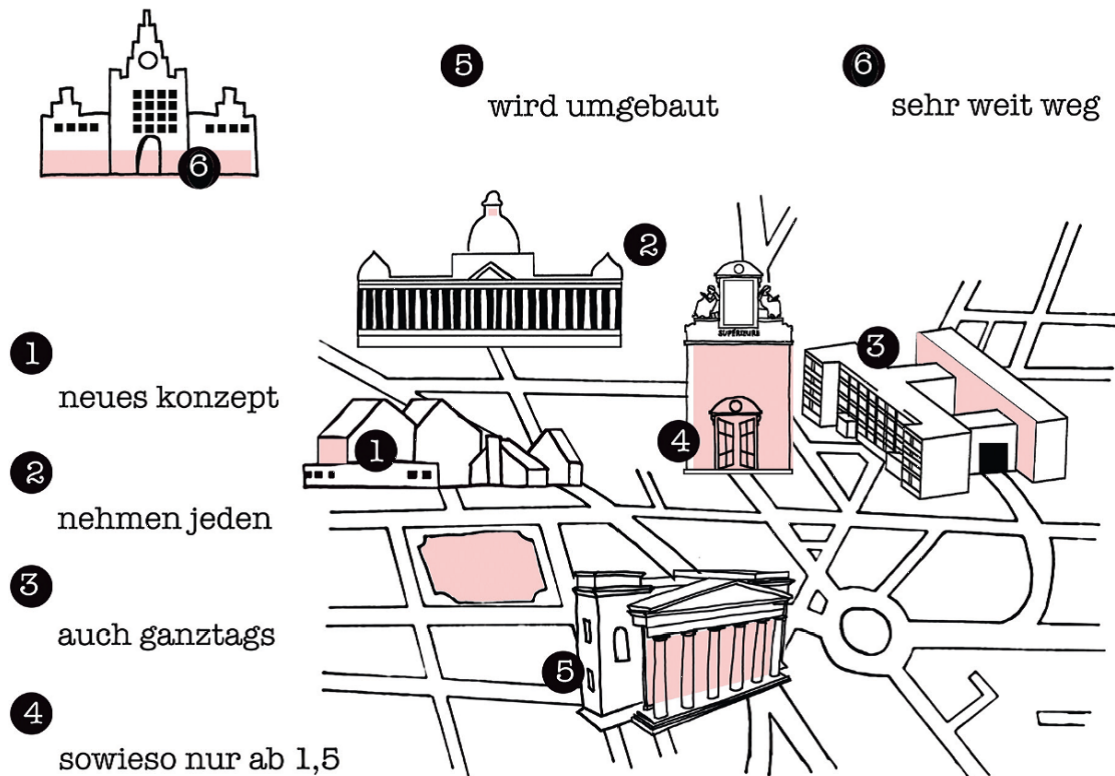
Prof. Dr. Reinhold Sackmann

Postanschrift:
06099 Halle (Saale)
Hausanschrift:
Adam-Kuckhoff-Str. 41
06108 Halle (Saale)

Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Tel. 0345 55-24252
Fax. 0345 55-27150

e-mail:
reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de

Internet:
www.soziologie.uni-halle.de



«« Regionale Bildung: »»
Zum Passungsverhältnis von individueller
Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot

Sehr geehrte Eltern,

über Bildung wird häufig sehr abstrakt geredet. Dabei ist es viel wichtiger, die Wünsche und Probleme der Beteiligten direkt vor Ort zu berücksichtigen. Helfen Sie uns Ihrer Schulbehörde bessere Datengrundlagen zu bieten und gründlicher auf Ihre Wünsche einzugehen, indem Sie sich an unserer wissenschaftlichen Bildungsbefragung beteiligen.

Wir würden gerne mit Ihnen ein ca. 15-minütiges Telefoninterview bezüglich der Umstände Ihrer Schulwahlentscheidung führen. Hierfür möchte ich Sie bitten, uns auf dieser Karte eine Telefonnummer mitzuteilen, unter der wir Sie – für Sie kostenfrei – erreichen können. Bitte senden Sie uns diese Karte in dem beiliegenden, frankierten Rückkuvert zu.

Meine Telefonnummer lautet: _____

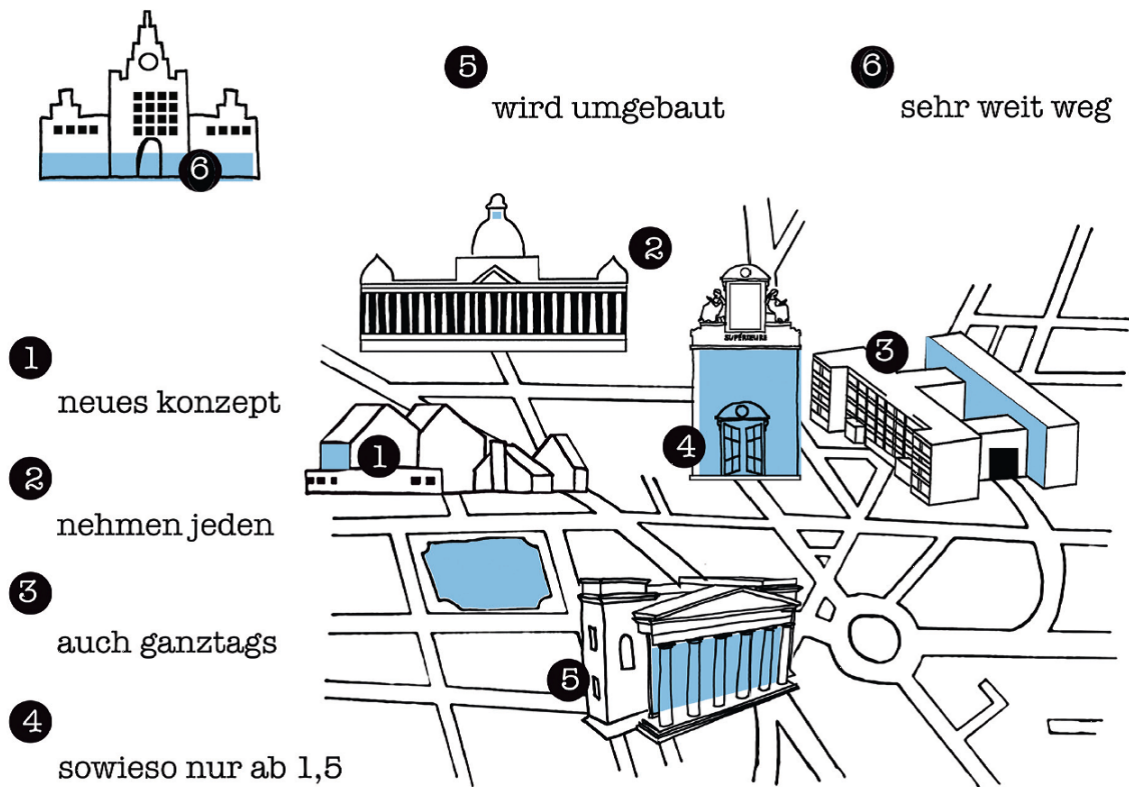
Ich versichere, dass Ihre Daten absolut vertraulich verarbeitet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Projektes verwendet werden.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie mich unter 0345 5524251 oder über reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de erreichen.

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

«« Bei allen, die bereits geantwortet haben, bedanke ich mich ganz herzlich! »»



»»
Regionale Bildung:
 Zum Passungsverhältnis von individueller
 Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot
 ««

Sehr geehrte Eltern,

Fragen der Bildung werden in einer Wissensgesellschaft immer wichtiger. Dennoch wissen wir über wichtige Aspekte der Bildungsbeteiligung und Schulwahl beim Übergang ins Gymnasium zu wenig. Deshalb möchte ich Sie ganz herzlich um die Teilnahme an unserer wissenschaftlichen Befragung bitten.

Wir würden gerne mit Ihnen ein ca. 15-minütiges Telefoninterview bezüglich der Umstände Ihrer Schulwahlentscheidung führen. Hierfür möchte ich Sie bitten, uns auf dieser Karte eine Telefonnummer mitzuteilen, unter der wir Sie – für Sie kostenfrei – erreichen können. Bitte senden Sie uns diese Karte in dem beiliegenden, frankierten Rückkuvert zu.

Meine Telefonnummer lautet: _____

Ich versichere, dass Ihre Daten absolut vertraulich verarbeitet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Projektes verwendet werden.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie mich unter 0345 5524251 oder über reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de erreichen.

Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit
 und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

»» Bei allen, die bereits geantwortet haben, bedanke ich mich ganz herzlich! ««

<p>««« Regionale Bildung: Zum Passungsverhältnis von individueller Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot »»»</p>	<p>Sehr geehrte Eltern,</p> <p>über Bildung wird häufig sehr abstrakt geredet. Dabei ist es viel wichtiger, die Wünsche und Probleme der Beteiligten direkt vor Ort zu berücksichtigen. Helfen Sie uns Ihrer Schulbehörde bessere Datengrundlagen zu bieten und gründlicher auf Ihre Wünsche einzugehen, indem Sie sich an unserer wissenschaftlichen Bildungsbefragung beteiligen. Der Link zur Online-Umfrage lautet:</p> <p>www.sozioLOGIE.uni-halle.de/bildungsumfrage</p> <p>Aus Gründen der Sicherheit benötigen Sie folgenden persönlichen Zugangscode:</p>	<p>Ich versichere, dass Ihre Daten absolut vertraulich verarbeitet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Projektes verwendet werden.</p> <p>Sollten Sie Fragen haben, können Sie mich unter 0345 5524251 oder über reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de erreichen.</p> <p>Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und verbleibe mit freundlichen Grüßen</p> <p>Prof. Dr. Reinhold Sackmann</p> <p>««« Bei allen, die bereits geantwortet haben, bedanke ich mich ganz herzlich! »»»</p>
<p>««« Regionale Bildung: Zum Passungsverhältnis von individueller Bildungseinrichtungswahl und regionalem Angebot »»»</p>	<p>Sehr geehrte Eltern,</p> <p>Fragen der Bildung werden in einer Wissensgesellschaft immer wichtiger: Dennoch wissen wir über wichtige Aspekte der Bildungsbeteiligung und Schulwahl beim Übergang ins Gymnasium zu wenig. Deshalb möchte ich Sie ganz herzlich um die Teilnahme an unserer wissenschaftlichen Befragung bitten.</p> <p>Der Link zur Online-Umfrage lautet:</p> <p>www.sozioLOGIE.uni-halle.de/bildungsumfrage</p> <p>Aus Gründen der Sicherheit benötigen Sie folgenden persönlichen Zugangscode:</p>	<p>Ich versichere, dass Ihre Daten absolut vertraulich verarbeitet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Projektes verwendet werden.</p> <p>Sollten Sie Fragen haben, können Sie mich unter 0345 5524251 oder über reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de erreichen.</p> <p>Ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit und verbleibe mit freundlichen Grüßen</p> <p>Prof. Dr. Reinhold Sackmann</p> <p>««« Bei allen, die bereits geantwortet haben, bedanke ich mich ganz herzlich! »»»</p>



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Philosophie Fakultät I
Sozialwissenschaften und historische
Kulturwissenschaften
Institut für Soziologie
Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Geschäftsführender Institutsdirektor

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 06099 Halle (Saale)

Liebe Eltern,

.....

in den vergangenen Wochen bat ich Sie, sich an einer Online-Umfrage zur Wahl eines Gymnasiums für Ihr Kind zu beteiligen. Da nicht jeder Zugang zum Internet hat, wollen wir Ihnen mit unserem heutigen Schreiben die Möglichkeit bieten, an unserer Studie durch einen schriftlichen Fragebogen teilzunehmen. Wir haben Ihnen dazu den beiliegenden Fragebogen geschickt. Sie können diesen, nachdem Sie ihn ausgefüllt haben, im vorfrankierten Rückumschlag an mich zurücksenden. Damit entstehen Ihnen keinerlei Kosten. Die Bearbeitung des Fragebogens wird etwa 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Durch Ihre Antwort tragen Sie dazu bei, dass Ihre Kommune und andere Träger von Bildungseinrichtungen die Chance haben, Wünsche von Eltern besser kennen zu lernen und Ihnen damit zukünftig attraktivere Bildungsangebote machen zu können.

Ich versichere Ihnen, dass Ihre Antworten anonym ausgewertet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Forschungsprojekts verwendet werden. Sämtliche personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Untersuchung nach gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz behandelt und nach Abschluss der Studie unwiederbringlich gelöscht.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie sich gerne an mich oder an meinen Mitarbeiter Herr Eulenberger wenden. Sie erreichen mich telefonisch unter 0345 5524251 oder über die E-Mailadresse reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de. Meinen Mitarbeiter erreichen Sie unter 0345 5524257 oder über die E-Mailadresse joerg.eulenberger@soziologie.uni-halle.de.

Ich danke Ihnen für Ihre Mühe und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

PS: Sollten Sie sich bereits an unserer Online-Befragung beteiligt haben, bitte ich Sie, dieses Schreiben zu ignorieren, und bedanke mich für die Zeit, die Sie uns geschenkt haben.

Postanschrift:
06099 Halle (Saale)
Hausanschrift:
Adam-Kuckhoff-Str. 41
06108 Halle (Saale)

Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Tel. 0345 55-24252
Fax. 0345 55-27150

e-mail:
reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de

Internet:
www.soziologie.uni-halle.de



MARTIN-LUTHER-UNIVERSITÄT
HALLE-WITTENBERG

Philosophie Fakultät I
Sozialwissenschaften und historische
Kulturwissenschaften
Institut für Soziologie
Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Geschäftsführender Institutsdirektor

Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, 06099 Halle (Saale)

Liebe Eltern,

.....
in den vergangenen Wochen bat ich Sie, sich an einer Telefon-Umfrage zur Wahl eines Gymnasiums für Ihr Kind zu beteiligen. Da nicht jeder an einer Telefonbefragung teilnehmen möchte, wollen wir Ihnen mit unserem heutigen Schreiben die Möglichkeit bieten, an unserer Studie durch einen schriftlichen Fragebogen teilzunehmen. Wir haben Ihnen dazu den beiliegenden Fragebogen geschickt. Sie können diesen, nachdem Sie ihn ausgefüllt haben, im vorfrankierten Rückumschlag an mich zurücksenden. Damit entstehen Ihnen keinerlei Kosten. Die Bearbeitung des Fragebogens wird etwa 15 Minuten in Anspruch nehmen.

Durch Ihre Antwort tragen Sie dazu bei, dass Ihre Kommune und andere Träger von Bildungseinrichtungen die Chance haben, Wünsche von Eltern besser kennen zu lernen und Ihnen damit zukünftig attraktivere Bildungsangebote machen zu können.

Ich versichere Ihnen, dass Ihre Antworten anonym ausgewertet und ausschließlich im Rahmen dieses wissenschaftlichen Forschungsprojekts verwendet werden. Sämtliche personenbezogenen Daten werden für die Dauer der Untersuchung nach gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz behandelt und nach Abschluss der Studie unwiederbringlich gelöscht.

Sollten Sie Fragen haben, können Sie sich gerne an mich oder an meinen Mitarbeiter Herr Eulenberger wenden. Sie erreichen mich telefonisch unter 0345 5524251 oder über die E-Mailadresse reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de. Meinen Mitarbeiter erreichen Sie unter 0345 5524257 oder über die E-Mailadresse joerg.eulenberger@soziologie.uni-halle.de.

Ich danke Ihnen für Ihre Mühe und verbleibe mit freundlichen Grüßen

Prof. Dr. Reinhold Sackmann

PS: Sollten Sie sich bereits an unserer Telefon-Befragung beteiligt haben, bitte ich Sie, dieses Schreiben zu ignorieren, und bedanke mich für die Zeit, die Sie uns geschenkt haben.

Postanschrift:
06099 Halle (Saale)
Hausanschrift:
Adam-Kuckhoff-Str. 41
06108 Halle (Saale)

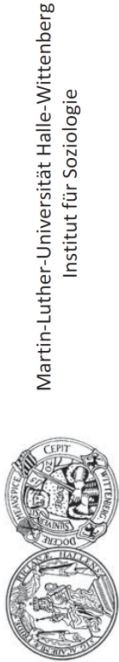
Prof. Dr. Reinhold Sackmann
Tel. 0345 55-24252
Fax. 0345 55-27150

e-mail:
reinhold.sackmann@soziologie.uni-halle.de

Internet:
www.soziologie.uni-halle.de

Regionale Bildung
Zum Passungsverhältnis von
individueller Bildungseinrichtungswahl
und regionalem Angebot

Elternbefragung 2012




Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens

Bei den meisten Fragen sind die Antwortmöglichkeiten bereits vorgegeben. Kreuzen Sie bitte jeweils eine Antwort an, die zutrifft oder Ihrer Meinung am besten entspricht.

In einigen Fällen ist es möglich, mehrere zutreffende Antworten anzukreuzen. Diese Fragen enthalten dann einen entsprechenden Hinweis.

Bei manchen Fragen bitten wir Sie eine entsprechende Antwort selbst einzusetzen. Bitte schreiben Sie diese in Druckbuchstaben. Bitte machen Sie an keiner Stelle namentliche Angaben über Dritte.

Bei wenigen Fragen weisen wir Sie je nach Antwort, die Sie wählen, zu einer anderen Frage weiter. Folgen Sie in diesen Fällen bitte diesem Symbol  zur nächsten Frage.

Wir danken Ihnen für Ihre Mitarbeit.

- 1.** Zu Beginn möchten wir von Ihnen gern wissen, wie Sie ganz persönlich und allgemein mit dem schulischen Bildungsangebot in Ihrer Region zufrieden sind?

absolut zufrieden	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	überhaupt nicht zufrieden	(6) <input type="checkbox"/>
----------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------
- 2.** Wie sind Sie ganz persönlich und allgemein mit der Vergabe der Plätze an Gymnasien in Ihrer Region zufrieden?

absolut zufrieden	(1) <input type="checkbox"/>	(2) <input type="checkbox"/>	(3) <input type="checkbox"/>	(4) <input type="checkbox"/>	(5) <input type="checkbox"/>	überhaupt nicht zufrieden	(6) <input type="checkbox"/>
----------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------	------------------------------

Vor nicht allzu langer Zeit mussten Sie sich für eine neue Schuleinrichtung für Ihr Kind entscheiden. Über diese Entscheidung möchten wir gern mehr wissen.

♣ Sollte mehr als ein Kind die fünfte Klasse eines Gymnasiums besuchen, beantworten Sie die folgenden Fragen nur für das jüngste Kind.

3. Bevor Ihr Kind in diesem Jahr auf das Gymnasium wechselte, haben Sie da über andere Schulformen, die Ihr Kind besuchen könnte, nachgedacht?

☐ Ja
☐ Nein ☞ Weiter mit Frage 5

4. Welche Schulformen haben Sie in Betracht gezogen?

♣ Es sind mehrere Nennungen möglich!

☐ Hauptschule
☐ Realschule
☐ Integrierte Gesamtschule
☐ Andere, und zwar: _____

5. Hat Ihr Kind die Grundschulempfehlung für das Gymnasium erhalten?

☐ Ja
☐ Nein
☐ Weiß nicht

- 2 -

6. Über wie viele Gymnasien haben Sie bei der Schulwahl für Ihr Kind intensiv nachgedacht?

☐ Wir haben über **ein** Gymnasium intensiv nachgedacht.
☐ Wir haben über **zwei** Gymnasien intensiv nachgedacht.
☐ Wir haben über **drei** Gymnasien intensiv nachgedacht.
☐ Wir haben über **vier** Gymnasien intensiv nachgedacht.
☐ Wir haben über **fünf** Gymnasien intensiv nachgedacht.
☐ Wir haben über **mehr als fünf** Gymnasien intensiv nachgedacht.

7. Auf welchen Wegen haben Sie sich über mögliche Gymnasien informiert?

♣ Es sind mehrere Nennungen möglich!

☐ Durch Informationen der Stadt
☐ Eigenständige Informationssuche (Internet, ...)
☐ Über Gespräche mit Familienangehörigen
☐ Über Gespräche mit Freunden und Bekannten
☐ Mit Hilfe von Broschüren der Gymnasien
☐ Durch Angebote der Einrichtung (Aktionen des Elternvereins, Tag der offenen Tür, ...)
☐ Über Gespräche mit Lehrerinnen und/oder Lehrern
☐ Andere, und zwar: _____

- 3 -

8. Für Eltern gibt es viel zu bedenken, wenn es um die Entscheidung für ein Gymnasium nach der Grundschule geht. Welche Entscheidungsgründe waren Ihnen bei der Auswahl möglicher Einrichtungen wichtig?
 4 Schätzen Sie bitte ein, wie wichtig Ihnen die folgenden Kriterien waren!

	sehr wichtig	eher wichtig	eher nicht wichtig	gar nicht wichtig
Empfehlung durch andere Eltern oder Freunde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Vorbereitung auf den Übergang in anschließende Hochschul- und Ausbildungseinrichtungen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wunsch meines Kindes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ältere Geschwister und/oder Familienangehörige besuchten bereits die Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freundinnen/Freunde meines Kindes werden auch diese Schule besuchen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gute Erreichbarkeit der Schule/ kurzer Schulweg	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ausstattung der Schule mit modernen Lehrmitteln	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ein guter Ruf der Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kinder in anderen Gymnasien hätten einen schlechten Einfluss auf mein Kind	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Schule hat ein hohes Leistungsniveau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lerngruppen mit wenig Erziehungs- oder Lernproblemen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Täglich verlässliches Ganztagsangebot in festen Zeiten über die Unterrichtszeit hinaus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anderer in Frage kommende Gymnasien haben einen schlechten Ruf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Betonung der konfessionellen Ausrichtung der Schule	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Trägerschaft der Schule (privat, kommunal usw.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine zu mir/ uns passende Elternschaft	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Empfehlung von Lehrerinnen und Lehrern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das besondere pädagogische Profil der Schule (bilingual, sprachlich, naturwissenschaftlich ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 4 -

9. An wie vielen Gymnasien hat sich Ihr Kind konkret beworben bzw. wurde von Ihnen angemeldet?

☐ Wir haben unser Kind an **einer** Einrichtung angemeldet.
☐ Wir haben unser Kind an **zwei** Einrichtungen angemeldet.
☐ Wir haben unser Kind an **drei** Einrichtungen angemeldet.
☐ Wir haben unser Kind an **vier** Einrichtungen angemeldet.
☐ Wir haben unser Kind an **fünf** Einrichtungen angemeldet.
☐ Wir haben unser Kind an **mehr als fünf** Einrichtungen angemeldet.

10. An wie vielen Gymnasien wurde eine Aufnahmeprüfung (oder Vergleichbares z. B. Probeunterricht) durchgeführt?

☐ Mein Kind hat an **keiner** Einrichtung an einer Prüfung o.ä. teilgenommen.
☐ Mein Kind hat an **einer** Einrichtung an einer Prüfung o.ä. teilgenommen.
☐ Mein Kind hat an **zwei** Einrichtungen an einer Prüfung o.ä. teilgenommen.
☐ Mein Kind hat an **mehr als zwei** Einrichtungen an einer Prüfung o.ä. teilgenommen.

11. Welche Deutsch- bzw. Mathematiknote hatte ihr Kind im letzten Schuljahr auf dem Zeugnis?
 4 Bitte tragen Sie die zutreffende Note in die folgenden Kästchen ein:

Deutsch	<input type="text"/>	Mathematik	<input type="text"/>
---------	----------------------	------------	----------------------

Schulnote von 1 - 6

12. Welches Geschlecht hat Ihr Kind, das ab diesem Schuljahr das Gymnasium besucht?

☐ männlich
☐ weiblich

- 5 -

Nun hätten wir einige Fragen speziell zum Gymnasium, das Ihr Kind derzeit besucht.

13. Welche der in der folgenden Tabelle genannten Aspekte waren Ihrer Meinung nach besonders wichtig für die konkrete Schulwahl?
- Bitte notieren Sie in die drei Kästchen die drei Buchstaben, die Ihren drei wichtigsten Entscheidungsgründen entsprechen.
Waren weniger als drei Entscheidungsgründe relevant, tragen Sie bitte nur diese eine oder diese zwei ein.

--	--	--

Schule hat ein hohes Leistungsniveau	A
Empfehlung durch andere Eltern oder Freunde oder Lehrer bzw. Lehrerinnen	B
Das besondere pädagogische Profil der Schule (bilingual, sprachlich, naturwissenschaftlich ...)	C
Ältere Geschwister und/oder Familienangehörige besuchten bereits die Schule	D
Freundinnen/Freunde meines Kindes werden auch diese Schule besuchen	E
Täglich verlässliches Ganztagsangebot in festen Zeiten über die Unterrichtszeit hinaus	F
Ein guter Ruf der Schule	G
Kinder in anderen Gymnasien hätten einen schlechten Einfluss auf mein Kind	H
Gute Erreichbarkeit der Schule/ kurzer Schulweg	I
Trägerschaft der Schule (privat, kommunal, konfessionell usw.)	J
Wunsch meines Kindes	K
Ganz anderer Grund	L

14. Wie weit ist das Gymnasium Ihres Kindes von Ihrem Wohnort entfernt?
- ungefähr _____ km

15. Ist das Gymnasium Ihres Kindes das nächst gelegene Gymnasium zu Ihrem Wohnort?
- ☐ Ja
☐ Nein
☐ Weiß nicht
16. Zahlen Sie einen monatlichen Beitrag für den Besuch des Gymnasiums?
- ☐ Ja
☐ Nein ☐ Weiter mit Frage 18
☐ Weiß nicht ☐ Weiter mit Frage 18
17. Geben Sie bitte an, wie hoch dieser pro Monat in etwa ist.
- _____ Euro pro Monat
18. Hat das Gymnasium, das Ihr Kind derzeit besucht, ein spezielles Schulprofil?
- ☐ Ja
☐ Nein ☐ Weiter mit Frage 20
☐ Weiß nicht ☐ Weiter mit Frage 20
19. Welches Profil hat das Gymnasium Ihres Kindes?
- ☐ Es sind mehrere Nennungen möglich!
- ☐ In diesem Gymnasium wird **bilingual** unterrichtet.
☐ Das Gymnasium hat ein **gesellschaftswissenschaftliches** Profil.
☐ Das Gymnasium hat ein **künstlerisches** Profil.
☐ Das Gymnasium hat ein **naturwissenschaftliches** Profil.
☐ Das Gymnasium hat ein **sportliches** Profil.
☐ Das Gymnasium hat ein **neusprachliches** Profil (Englisch, Französisch, Spanisch u.ä.)
☐ Das Gymnasium hat ein **altsprachliches** Profil (Latein, Altgriechisch u.ä.)
☐ Das Gymnasium hat ein **anderes** Profil.

20. Ist das Gymnasium, das Ihr Kind derzeit besucht, Ihre Wunschscheule?

- ☐ Ja ☞ Weiter mit Frage 22
- ☐ Nein

21. Aus welchen Gründen besucht Ihr Kind nicht die Wunschscheule?

- ☞ Es sind mehrere Nennungen möglich!
- ☐ nicht bestandene Aufnahmeprüfung
 - ☐ Abweisung aus Platzgründen
 - ☐ Zu hohe finanzielle Belastung
 - ☐ Zu langer Anfahrtsweg
 - ☐ Fehlendes Interesse des Kindes
 - ☐ Fehlende ganztägige Betreuung
 - ☐ Sonstiges, und zwar: _____

Nun möchten wir mehr über Ihre Ansichten in Bezug auf Bildung und Schule allgemein wissen.

22. Es wird manchmal diskutiert, wie sinnvoll ein Zweig bzw. ein spezifisches Schulprofil für die Zukunft von Kindern ist. Wie wertvoll schätzen Sie folgende gängige Schulprofile für den späteren Erfolg von Kindern ein?

☞ Schätzen Sie bitte auf einer Skala ein, ob Ihnen die folgenden Profile sehr wertvoll oder überhaupt nicht wertvoll für die Zukunft von Kindern erscheinen!

	sehr wertvoll	eher wertvoll	eher nicht wertvoll	überhaupt nicht wertvoll	Weiß nicht
Gesellschaftswissenschaftliches Profil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Künstlerisches Profil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturwissenschaftliches Profil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportliches Profil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altsprachliches Profil (Latein, Altgriechisch u.ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bilinguales Profil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neusprachliches Profil (Englisch, Spanisch u.ä.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 8 -

23. Wenn Sie einmal ganz unabhängig von dem Gymnasium Ihres Kindes nachdenken: Wie stark stimmen Sie den folgenden allgemeinen Aussagen zu?

	stimme voll und ganz zu	stimme eher zu	stimme eher nicht zu	stimme gar nicht zu	Weiß nicht
Das wirklich relevante Wissen bekommen Kinder in allen Gymnasien vermittelt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nur den wirklich Besten sollte der Zugang zum Gymnasium ermöglicht werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Gymnasium sollte für alle Kinder zugänglich sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um in der heutigen Zeit Erfolg zu haben, reicht es nicht mehr aus, nur irgendein Gymnasium zu besuchen, sondern es sollte ein besonders gutes sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. Wenn Sie einmal ganz von den derzeitigen Schulleistungen Ihres Kindes absehen und auch davon, welchen Abschluss Ihr Kind später einmal wahrscheinlich machen wird: Können Sie bitte mit dieser Skala sagen, wie stark die folgenden Abschlüsse Ihrer persönlichen Idealvorstellung entsprechen?

	überhaupt nicht (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	voll und ganz (7)
Berufsabschluss entspricht meiner Idealvorstellung....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fachhochschulabschluss entspricht meiner Idealvorstellung....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Universitätsabschluss entspricht meiner Idealvorstellung....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- 9 -

Und nun noch einige allgemeine Fragen zu Ihnen und Ihrem Partner bzw. Ihrer Partnerin.

25. Sie haben gerade die möglichen Abschlüsse danach bewertet, wie stark sie Ihrer Idealvorstellung für Ihr Kind entsprechen. Können Sie nun mit dieser Skala sagen, wie sicher Sie sich zusammengenommen über Ihre Urteile sind?

überhaupt nicht										voll und ganz
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				<input type="checkbox"/>

26. Für viele Eltern ist es natürlich besonders wichtig, was Ihre Kinder später mal beruflich machen werden. Bitte entscheiden Sie sich, wie stark Sie allein schon die Tatsache stören würde, wenn Ihr Kind einen weniger angesehenen Beruf als Sie selbst erreichen würde?

gar nicht stören							sehr stören
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. Denken Sie nun einmal daran, was Ihr Kind mit verschiedenen Abschlüssen später erreichen kann. Für wie wahrscheinlich halten Sie es, dass es Ihr Kind mit den folgenden Abschlüssen beruflich mindestens soweit bringen kann wie Sie selbst?

	ausgeschlossen						ganz sicher
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Mit einem Berufsabschluss ist es ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit einem Fachhochschulabschluss ist es ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mit einem Universitätsabschluss ist es ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. Haben Sie derzeit einen Partner bzw. Partnerin?
☐ Ja
☐ Nein ☒ Beantworten Sie bitte alle folgenden Fragen ausschließlich für sich. Weiter mit Frage 30.

29. Leben Sie derzeit mit Ihrem Partner/ Ihrer Partnerin in einem Haushalt?
☐ Ja
☐ Nein

30. Welchen höchstens allgemeinbildenden Schulabschluss haben Sie und Ihr Partner / Ihre Partnerin? Sie Partner/in
Derzeit Besuch einer allgemeinbildenden Vollzeitschule. ☐ ☐

Von der Schule abgegangen ohne
Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss) ☐ ☐
Hauptschulabschluss (Volksschulabschluss) ☐ ☐
Realschulabschluss (Mittlere Reife) ☐ ☐
Polytechnische Oberschule der DDR mit Abschluss der 8. oder 9. Klasse ☐ ☐
Polytechnische Oberschule der DDR mit Abschluss der 10. Klasse ☐ ☐
Fachhochschulreife, Abschluss einer Fachoberschule ☐ ☐
Abitur/ Allgemeine oder fachgebundene Hochschulreife (Gymnasium bzw. EOS, auch EOS mit Lehre) ☐ ☐
Abitur über zweiten Bildungsweg nachgeholt ☐ ☐
Einen anderen Schulabschluss ☐ ☐
Weiß nicht ☐ ☐

31. Welche beruflichen Ausbildungsabschlüsse haben Sie und Ihr Partner / Ihre Partnerin?

⚡ Es sind mehrere Nennungen möglich!

	Sie	Partner/in
Noch in beruflicher Ausbildung (Berufsvorbereitungsjahr, Auszubildende(r), Praktikant/-in, Student/-in).....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schüler/-in und besuche eine berufsorientierte Aufbau-, Fachschule o. Ä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keinen beruflichen Abschluss und bin nicht in beruflicher Ausbildung.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beruflich-betriebliche Berufsausbildung (Lehre) abgeschlossen.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beruflich-schulische Ausbildung (Berufsfachschule, Handelsschule, Vorbereitungsdienst für den mittleren Dienst in der öffentlichen Verwaltung) abgeschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausbildung an einer Fachschule der DDR abgeschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausbildung an einer Fach-, Meister-, Technikerschule, Berufs- oder Fachakademie abgeschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bachelor an (Fach-)Hochschule abgeschlossen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachhochschulabschluss (z. B. Diplom, Master)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Universitätsabschluss (z. B. Diplom, Magister, Staatsexamen, Master)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Promotion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einen anderen beruflichen Abschluss	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weiß nicht.....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Welche berufliche Tätigkeit üben Sie derzeit hauptsächlich aus? Wenn Sie nicht mehr erwerbstätig sind, welche Tätigkeit haben Sie bei Ihrer früheren hauptsächlich erwerbstätigkeit zuletzt ausgeübt?

⚡ Bitte geben Sie die genaue Tätigkeitsbezeichnung an, also z.B. nicht "kaufmännische Angestellte", sondern: "Speditionskauffrau", nicht "Arbeiter", sondern: "Maschinenschlosser". Wenn Sie Beamter sind, geben Sie bitte Ihre Amtsbezeichnung an, z.B. "Polizeimeister", oder "Studienrat". Wenn Sie Auszubildende/r sind, geben Sie bitte Ihren Ausbildungsberuf an.

33. Welche berufliche Tätigkeit übt Ihr Partner / Ihre Partnerin derzeit hauptsächlich aus? Wenn Ihr Partner / Ihre Partnerin nicht mehr erwerbstätig ist, welche Tätigkeit hat er/sie bei seiner/ihrer früheren hauptsächlich erwerbstätigkeit zuletzt ausgeübt?

⚡ Bitte geben Sie die genaue Tätigkeitsbezeichnung an, also z.B. nicht "kaufmännische Angestellte", sondern: "Speditionskauffrau", nicht "Arbeiter", sondern: "Maschinenschlosser". Wenn Ihr Partner/ Ihre Partnerin Beamter/r ist, geben Sie bitte die Amtsbezeichnung an, z.B. "Polizeimeister", oder "Studienrat". Wenn Ihr Partner/Ihre Partnerin Auszubildende/r ist, geben Sie bitte den Ausbildungsberuf an.

34. In welcher Erwerbsituation befinden Sie und Ihr Partner / Ihre Partnerin sich derzeit?

⚡ Bitte beachten Sie, dass unter Erwerbstätigkeit jede bezahlte bzw. mit einem Einkommen verbundene Tätigkeit verstanden wird.

	Sie	Partner/in
Vollzeiterwerbstätig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teilzeiterwerbstätig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Altersteilzeit (unabhängig davon, ob in der Arbeits- oder Freistellungsphase befindlich)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Geringfügig erwerbstätig, 400-Euro-Job, Minijob	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
„Ein-Euro-Job“ (bei Bezug von Arbeitslosengeld II)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gelegentlich oder unregelmäßig beschäftigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In einer beruflichen Ausbildung/Lehre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
In Umschulung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Wehrdienst/Zivildienst	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Freiwilliges Soziales Jahr	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mutterschafts-, Erziehungsurlaub, Elternzeit oder sonstige Beurlaubung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nicht erwerbstätig (einschließlich: Schülern/-innen oder Studierenden, die nicht gegen Geld arbeiten, Arbeitslosen, Vorruhestandlern/-innen, Rentnern/-innen ohne Nebenverdienst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Weiß nicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Wie viele Menschen leben insgesamt in Ihrem Haushalt?

Erwachsene: _____ (Anzahl)
Kinder/Jugendliche: _____ (Anzahl)

36. Wie viele Kinderbücher gibt es in Ihrem Haushalt ungefähr?

Ohne Kinderzeitschriften und Schulbücher!

- ☐ Es gibt **0-10 Kinderbücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **11-25 Kinderbücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **26-100 Kinderbücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **101-200 Kinderbücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **über 200 Kinderbücher** bei uns im Haushalt.

37. Wie viele andere Bücher gibt es in Ihrem Haushalt ungefähr?

Ohne Zeitschriften, Zeitungen, Kinderbücher und Schulbücher!

- ☐ Es gibt **0-10 Bücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **11-25 Bücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **26-100 Bücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **101-200 Bücher** bei uns im Haushalt.
- ☐ Es gibt **über 200 Bücher** bei uns im Haushalt.

38. Wenn man mal alle Einkünfte zusammennimmt: Wie hoch ist das monatliche Haushaltseinkommen aller Haushaltsmitglieder?

*) Bitte geben Sie den monatlichen Netto-Betrag an, also nach Abzug von Steuern und Sozialabgaben. Regelmäßige Zahlungen wie Renten, Wohngeld, Kindergeld, BAföG, Unterhaltszahlungen usw. rechnen Sie bitte dazu! Falls nicht genau bekannt: Bitte schätzen Sie den Betrag.

Euro pro Monat _____

39. Sind Sie in den letzten sieben Jahren umgezogen?

- ☐ Ja ☐ Nein

- 14 -

40. Wie wichtig war bei Ihrer Suche nach Ihrem jetzigen Wohnsitz die Nähe zu einer guten Bildungseinrichtung für Ihr Kind?

sehr wichtig

(1) ☐

(2) ☐

(3) ☐

(4) ☐

(5) ☐

gar nicht wichtig

41. Dieser Fragebogen wurde ausgefüllt von:

- ☐ der Mutter
☐ dem Vater
☐ der Stiefmutter
☐ dem Stiefvater
☐ dem weiblichen Vormund
☐ dem männlichen Vormund

42. In welchem Jahr wurden Sie geboren?

Im Jahr _____

Viele Dank für Ihre Mitarbeit!

Hier ist Platz für Kommentare, Anregungen, Wünsche und Kritik.

Damit sind Sie am Schluss angelangt. Bitte schicken Sie den Fragebogen in dem vorfrankierten Umschlag zurück. Wir freuen uns auf Ihre Post.

Veröffentlichte "Hallesche Graureiher" ab 2012, Stand: Mai 2013

Unsere aktuelle Publikationsliste finden Sie im Internet unter:

<http://www.soziologie.uni-halle.de/publikationen/index.html>

- Bartl, Walter, 2012: *Entkopplung des regionalen Hochschulsystems von demografischer Schrumpfung? Eine Sekundärdatenanalyse am Beispiel von Sachsen-Anhalt*. Der Hallesche Graureiher 2012– 1. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Pasternack, Peer, 2012: *Zwischen Halle-Novgorod und Halle-New Town. Der Ideenhaushalt Halle-Neustadts*. Der Hallesche Graureiher 2012– 2. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Bartl, Walter, 2012: *Entdifferenzierung der regionalen Schulstruktur in Deutschland durch demografischen Wandel?* Der Hallesche Graureiher 2012– 3. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Jaeck, Tobias, 2012: *Bürgerumfrage Glaucha 2012 – Das Wohnquartier Glaucha aus der Sicht seiner Bewohner*. Der Hallesche Graureiher 2012– 4. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Eulenberger, Jörg; Kopycka, Katarzyna; Schubert, Christoph; Sackmann, Reinhold, 2012: *Elterliche Einrichtungswahl 2010. Online-Befragungen als Möglichkeit der Untersuchung von Bildungsentscheidungen*. Der Hallesche Graureiher 2012– 5. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Eulenberger, Jörg; Sackmann, Reinhold; Winkler, Oliver, 2012: *Reputation und Besonderung als Dokumente von Elitebildungsprozessen. Explorative Experteninterviews zu deutschen Bildungsstufen*. Der Hallesche Graureiher 2012– 6. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
- Eulenberger, Jörg, Sackmann, Reinhold: *Online- oder Telefonbefragung bei Mixed-Mode-Designs?. Ein Feldexperiment zur elterlichen Gymnasialwahl*. Der Hallesche Graureiher 2013– 1. Forschungsberichte des Instituts für Soziologie. Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg